
الفصل الأول

الإعلام الرياضي التليفزيوني

مقدمة:

يمكن القول بان الإعلام أصبح الطرف الرئيس المشترك، بين العديد من الأفراد في الحياة اليومية، فلقد تعودنا أن نتعرض لوسائل الإعلام بشكل يومي، ونتعامل معه علي أنه شئ أساسي في حياتنا ولا يمكن الاستغناء عنه، وعلي مستوى المجتمعات فلقد انتشرت وسائل الإعلام انتشاراً كبيراً في السنوات الأخيرة، وارتفع مستوى وقت التعرض لوسائل الإعلام من قبل الذين كانوا يتعرضون لهذه الوسائل بشكل تلقائي، لكي يصبح هذا التعرض ركناً أساسياً في حياة الفرد، كالهواء والماء والغذاء.^(١)

وبشكل عام فقد زاد الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمعات بمختلف ثقافتها وارتفعت نسبة التعرض لوسائل الإعلام المسموعة والمرئية بشكل واضح، وأصبح انتشار هذه الوسائل ملحوظاً، ولقد أصبحت وسائل الإعلام على رأس وسائل الاتصال، بل أكثرها تأثيراً في عصرنا الحديث، حتى يمكننا القول بأن استقلالية الدول أصبحت بمدى ملكيتها وسيطرتها على تلك الوسائل، ومدى قدرة هذه الدولة على تطويرها، ولقد أدركت العديد من الحكومات المختلفة أهمية هذه الوسائل فقط باستخدام خدمات الوسائل الإعلامية لمخاطبة جماهيرها على اختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، بغرض تحقيق أهداف هذه الدول وفرض سياستها.^(٢)

(١) عاطف العبد، مدخل إلى الاتصال والرأى العام والأسس النظرية والإسهامات، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٩٧) ص ٥.

(٢) عدلى سيد رضا، سامى الشريف، علاقة المستمع المصرى بالإذاعات العربية والدولية الموجهة، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٨م) ص ١١.

وكان من نتيجة تنامي دور وسائل الإعلام والاتصال فى حياة الجماهير قيام المسؤولين عن هذه الوسائل، وخاصة الوسائل الالكترونية، بتوظيف إمكانات هذه الوسائل فى عدة اتجاهات ترتبط بإشباع اهتمامات الجمهور ودوافعها من خلال تقديم مضامين متنوعة (اجتماعية - سياسية - اقتصادية - ثقافية - دينية - رياضية)، وغيرها من المضامين التي تقدمها تلك الوسائل على مدار اليوم.^(١)

ولقد مر تطور وسائل الإعلام بعدة مراحل رئيسة من حيث الجماهير، فكانت بدايتها مع الصفوة، لأنهم القطاع الأكثر ثقافة وتعليماً، ولديهم القدرة على دفع تكلفة التعرض لهذه الوسائل، ثم مرحلة الحشد حيث تحولت هذه الوسائل لتقديم وسائل إعلامية تتناسب جميع أفراد المجتمع بمختلف مستوياتهم، ثم انتقلت هذه الوسائل إلى أهم مراحلها وهى مرحلة التخصص، من خلال تقديم رسائل موجهة لقطاعات من الجماهير الخاصة والمحددة، وآخر المراحل حتى الآن هي المرحلة الانتقالية التي يميزها التحكم الانتقائي من قبل المتلقي في المحتوى الذي يريده وقت ما يشاء.

أشارت العديد من الدراسات إلى أن جمهور وسائل الإعلام غير متجانس، بل مختلف من حيث الخصائص والميول، ولقد فطنت وسائل الإعلام إلى هذه الحقيقة مما دفعها إلى الاتجاه إلى التخصص من حيث المضمون أو من حيث الجمهور لتتناسب كل هذه الميول والاتجاهات.^(٢)

والمتابع لهذه الوسائل الإعلامية يجدها تتخصص في المجالات الأكثر ارتباطاً بالجماهير وعلى رأسها الرياضة، نظراً لاتساع القاعدة العريضة التي تتابع الرياضة على مستوى العالم، مما أدى إلى انتشار الوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة، لتلبية حاجات هذه الجماهير وتوجيه رسائل مباشرة لها، وكذلك المساعدة في وصول الرسائل الإعلامية لهذا الجمهور بشكل مباشر - كل هذا يؤدي إلى عدم إهدار وقت المعلن ومجهوده في الوصول إلى جمهوره المستهدف، وكذلك عدم إهدار وقت المتلقي ومساعدته في الوصول إلى المضمون الذي يريد متابعته من خلال الوسيلة، مما يجعل الإعلام المتخصص إعلاماً مقنعاً وجذاباً في الوقت نفسه.

(١) عدلى رضا، سامى الشريف، الصحافة والتلفزيون في دولة الإمارات العربية المتحدة، (القاهرة: دار الفكر العربي) ص ١.

(٢) سامى الشريف، "القنوات التلفزيونية المتخصصة: رؤية نقدية" فى "المجلة المصرية لبحوث الإعلام"،

وبشكل عام إن اتجاه وسائل الإعلام نحو التخصص، كان نتيجة اتجاه الكون كله نحو التخصص، وربما كان انعكاساً لما يستجد على ساحة الحياة من تطورات سياسية واجتماعية ودينية وعلمية واقتصادية ورياضية، كل هذا وصل بنا إلى وجود وسائل إعلامية متخصصة في هذه المجالات الحياتية وظهرها.^(١)

ويمكن القول: إن انتشار التعليم في هذه المجتمعات ساعد في انتقال الوسائل الإعلامية إلى مرحلة التخصص، وهذا ما حدث في أوروبا وأمريكا واليابان، هذا إلى عوامل مثل ارتفاع عدد السكان وعوامل أخرى، مما أدى إلى ارتفاع نسبة وسائل الإعلام المتخصصة علي حساب وسائل الإعلام العامة.

يمكن القول بعد أن أصبحت الحياة الرياضية في المجتمع نشاطاً معقداً متنوعاً وواسعاً، وبعد أن أصبحت الرياضة إحدى الفعاليات المهمة التي تجسد معظم الخصائص النفسية والفكرية للمجتمع، لوحظ انتشار هائل للوسائل الإعلامية المتخصصة في الرياضة، سواء على مستوى الوسائل المكتوبة أو المسموعة أو المرئية، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الحديثة (المواقع الرياضية الالكترونية).^(٢)

وقد شهد الإعلام الرياضى تطوراً ملحوظاً في المرحلة الأخيرة، من حيث الشكل والمضمون، باستخدام أحدث وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حتى يخرج على الجمهور المستهدف في أفضل صورة، ولكي يجذب وكالات الإعلان للقيام برعاية المضامين التي يقوم بتقديمها، وتحظى بنسب مشاهدة كبيرة، وغلب التنافس بين الوسائل، وأدى ذلك إلى ثراء المضمون المقدم من خلالها، مما أدى إلى ظهور وسائل إعلامية تقدم مضامين أكثر تخصصاً داخل التخصص نفسه.

وقد شهدت مصر حالة من وفرة التنوع في وسائل الإعلام المتخصصة في الرياضة مع بداية حقبة التسعينات، وخصوصاً بعد وصول مصر إلى نهائيات كأس العالم لكرة القدم في إيطاليا عام ١٩٩٠م، وذلك للمرة الثانية في تاريخها، ومع تنامي فئات عمرية مختلفة اهتمت بالرياضة، مما أدى بالتالي إلى تنوع وسائل الإعلام المتخصصة في الرياضة ما بين صحف رياضية، وقنوات تليفزيونية، ومحطات إذاعية، وصولاً إلى المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

(١) السيد أحمد عمر، "الإعلام المتخصص، دراسة تطبيقية"، ط ١ (بنغازي: منشورات جامعة قار يونس،

١٩٩٧) ص ١٥ - ١٦

(٢) أديب خضور، الإعلام الرياضي: دراسة علمية للتحرير الرياضي في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، (دمشق: المكتبة الإعلامية - العدد رقم ٩ - الطبعة الأولى، ١٩٩٤م) ص ٤.

وقد أدى انتشار وسائل الإعلام المتخصصة، وفي مقدمتها الرياضى منها، إلى جعل الكثيرين يتساءلون عن الدور الفعلى الذى تلعبه هذه الوسائل فى الحياة الاجتماعية، وما مدى تأثيرها فى الاتجاهات والأفكار والسلوك.^(١)

وتجدر الإشارة هنا إلى أن البرامج الرياضية التليفزيونية، وفقاً للعديد من الدراسات، يجب أن تقوم بمسئوليتها الاجتماعية فى إطار التنمية الرياضية للوطن، بقيامها بإنتاج مضامين من شأنها الحث على ممارسة الرياضة وبتث الروح الرياضية بين الجماهير وعناصر اللعبة، ودفع الجماهير إلى التشجيع المثالى ونبذ التعصب. يأتى كل ذلك من خلال رفع مستوى المعرفة الرياضية، وغرس الانتماء فى مصر وفى بلادنا العربية، فى ضوء التحديات الفكرية والحضارية والعسكرية والاقتصادية التى تواجه عالمنا العربى.^(٢)

من خلال ما سبق، أصبح من الضرورى دراسة تأثير الممارسات الإعلامية الرياضية فى اتجاهات النخبة الرياضية، والجمهور العام الرياضى الذى يعتبر الهدف النهائى من العمليات الاتصالية، خاصة فى المضمون الرياضى الذى يتم تقديمه من خلال البرامج الرياضية التليفزيونية.

أهمية الرياضة للفرد والمجتمع:

تبرز أهمية الرياضة للفرد والمجتمع من طبيعة الأهداف والدوافع المراد تحقيقها من انتشار المعرفة والممارسة الرياضية، من خلال سعى العديد من الأفراد والجماعات لتحقيقها.

ولذلك أصبحت الرياضة فى وقتنا الحاضر ضرورة لكل إنسان فى مختلف مراحل عمره، ومع اختلاف جنسه، ومع اختلاف موقعه الجغرافى، ومن المستحيل الاستغناء عن الرياضة، ومن هذا المنطلق نشأت فكرة "الرياضة للجميع" مما يجعلها تشهد عناية خاصة على مستوى جميع دول العالم، وفى جميع القطاعات الحكومية والأهلية.^(٣)

(١) جيهان أحمد رشتى، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربى، ١٩٧٨م) ص ٥٦٥.

(٢) نبيل حافظ عبد البارى، تقويم النشاط الرياضى بالوحدات التعليمية بأكاديمية الشرطة، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية للبنين، ١٩٩٢م) ص ١٨.

(٣) أمين أنور الخولى، الرياضة والمجتمع، عدد ٢١٦ سلسلة علم المعرفة، (القاهرة: عالم المعرفة، ١٩٩٦م) ص ٣٧.

تلعب الرياضة دوراً مهماً فى البناء الجسدى للفرد وبنائه النفسى أيضاً، وللرياضة جذور تاريخية، فقد عرفت الحضارات القديمة العديد من الرياضيات مثل السباحة والرماية وركوب الخيل والصيد، ولذلك تجذب الرياضة العديد من الجماهير المختلفة.^(١)

تساعد الرياضة الفرد على الحياة بصحة جيدة، من خلال الحيوية والنشاط الذى يكتسبه بالممارسة الرياضية، ولم تهمل الرياضة النواحي الخاصة بالفرد، بل إنها تقوم بإعداده فردياً واجتماعياً فى الوقت نفسه، وذلك من خلال احتوائها ألعاباً فرديه تتمى الشجاعة والاعتماد على النفس، وهناك الألعاب الجماعية التى تتمى روح التعاون من خلال التخطيط التعاونى، وهو ما يؤدي إلى وجود روح التعاون والتفاعل بين أفراد المجتمع.^(٢)

أشارت العديد من الدراسات إلى أن أحد أهم تأثيرات الرياضة فى المجتمع هو توفيرها للعديد من القيم والممارسات والسلوكيات، وأكبر مثال على ذلك هو شعار الاتحاد الدولى لكرة القدم (FIFA FAIR PLAY) الذى يلزم جميع الدول الأعضاء فى الاتحاد بإبراز هذا الشعار فى بداية كل مباراة، وكذلك العدالة التى يعكسها أداء الحكام، والتحكم بالنفس وإشاعة روح المنافسة الشريفة، وغيرها من السلوكيات الحميدة التى تسعى الرياضة إلى إشاعتها فى المجتمع.^(٣)

وتعتبر الرياضة بمختلف أشكالها واحدة من أهم الوسائل لتحقيق النضج الاجتماعى وتنمية روح الجماعة بين الأفراد، وذلك لما تتميه مجالاتها العديدة فى فرص اللقاء والتعارف، وما تضيفه من أسس ومبادئ اجتماعية، مثل احترام المنافس، والعمل للمصالح العام، وضرورة التحكم فى الانفعالات فى مواقف مليئة بالإثارة والتشويق.^(٤)

ويرى العديد من الباحثين وجود ترابط قوى بين الرياضة والترفيه؛ لأن الترفيه هو

(1) E. Cashmore, "Making sense of sports" 3rd ed (London and New York: Rutledge, 200) P 12.

(٢) مصطفى السايح، " علم الاجتماع الرياضى "، ط ١ (الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٧) ص ٧٨

(3) Brown, R. S., & O. Rourke, D. J. "Case studies in sport communication" (Westport, Praeger, 2003) p15.

(٤) مصطفى السايح، "مرجع سابق"، ص ٧٩.

كل نشاط يؤدي إلى المتعة والسعادة للفرد، وبالتالي فالرياضة تعد منفذاً رئيساً للترفيه في المجتمعات المعاصرة.^(١)

كما يمكن القول بأن الثقافة الرياضية هي أن يعرف الفرد أهمية الرياضة من خلال التقويم السليم وتطويره من الناحية الصحية والبدنية، والربط بين الجوانب الفكرية والرياضية كمعرفة عامة، والتكامل بين الثقافة والرياضة سلوكياً واجتماعياً.

مفهوم الإعلام الرياضي:

هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق، وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور، بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.^(٢)

أدى الربط بين الرياضة والإعلام إلى نمو صناعة الإعلان وتطويرها إلى حد كبير؛ لأن أهمية الرياضة في المجتمعات أدت إلى تكوين منظومة إعلامية خاصة بالرياضة بأشكالها الإعلامية المختلفة التقليدية والحديثة.^(٣)

ويرى العديد من الباحثين وجود علاقة قوية وتاريخية بين وسائل الإعلام والرياضة، فقديمًا كان ناقلو الأخبار ينشرون أخبار البطولات والأبطال عن طريق الرسم والنحت والشعر، وفي الحضارة الإغريقية قاموا بتسجيل الإنجازات الرياضية على الحجر والورق والجلد، ولولاهم ما وصلت إلينا معلومات عن الألعاب الأولمبية القديمة.^(٤)

وتزداد هذه العلاقة في عصرنا الحالي قوة، حيث هناك من يرى أن المضامين الرياضية التي تقدمها وسائل الإعلام الرياضية بمختلف أشكالها تدخل في إطار المنظومة الاجتماعية الرياضية في أي مجتمع، ويمكن تحديد مدى اهتمام الدولة

(1) Andrews, D. L., & Jackson, S. J. (Eds.), "Sports stars. The cultural politics of sporting celebrity", (London and New York: Routledge, 2003) p25.

(٢) حسن أحمد الشافعي، "الإعلام في التربية البدنية والرياضية"، (الإسكندرية: دار الوفاء لنيل الطبع والنشر، ٢٠٠٣) ص ١٦.

(3) Daniel Beck and Louis Bosshart, " Sports and Media, communication Research Trends ", Vol.22 No.4, 2003, p 2.

(٤) على الهاشمي، "مرجع سابق"، ص ٦٨.

بالرياضة من خلال وسائل إعلامها التي تهتم بالرياضة وتتخصص فى تقديم المضامين الرياضية.^(١)

ومن أهم إنجازات وسائل الإعلام الرياضية تقديمها خدمة كبيرة للجمهور الرياضى، هى متابعة الأحداث الرياضية المهمة وقت حدوثها فى أى مكان على وجه الأرض، وهو ما ساعد على انتشار الألعاب الرياضية وجعل للأندية العالمية الكبرى قاعدة جماهيرية كبيرة فى مختلف أنحاء العالم، وذلك من خلال الاستفادة من الإعلام الدولى فى نشر أهداف الرياضة.

عناصر الإعلام الرياضى:

هناك عناصر أربع للإعلام بعامة، وينطبق ذلك على الإعلام الرياضى، وهى: المرسل: هو صاحب الرسالة الإعلامية، أو الجهة التى تصدر عنها هذه الرسالة، وينطبق ذلك- فى الإعلام الرياضى- على الاتحادات الرياضية والأندية الرياضية والرياضيين.

المستقبل: هو الجمهور المستهدف (الجمهور الرياضى) الذى توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرداً أو مجموعات.

الوسيلة: هى ما ينقل من خلالها الرسالة الإعلامية، سواء (مكتوبة- مسموعة- مرئية).

الرسالة: هى المضمون الذى تحمله الوسيلة الإعلامية لتوصيله إلى المستقبل، ويعتمد الإعلام الرياضى فى بلوغ أهدافه على الرسالة والمضمون الذى تقدمه هذه الوسائل، ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام، ومن هنا تتضح الأهمية الكبرى للإعلام الرياضى وتداخله مع المجالات الأخرى السياسية والاجتماعية والاقتصادية.^(٢)

أنواع الإعلام الرياضى:

تعددت أنواع الإعلام الرياضى، وتنوعت أشكاله، ويمكن تصنيفها كالتالى:-

(١) أديب خضور، "مرجع سابق"، ص ص ٨١- ٨٢.

(٢) سهرسند المهندس، "الإعلام الرياضى المرئى فى الواقع المعاصر"، (مملكة البحرين: وزارة الإعلام، ٢٠٠٥) ص ٥٣.

١- الإعلام الرياضى المقروء:

هو المضمون الذى يعتمد على الكلمة المكتوبة، مثل الجرائد، والكتب، والمجلات، والنشرات والملصقات، ويستهدف هذا المضمون جمهوراً معنياً بالرياضة. وتتخذ المادة المكتوبة من الرياضة مادة أساسية لها، وتقوم بتحليل الأحداث والنتائج الرياضية المختلفة، فبذلك تجيب عن سؤالين (كيف - لماذا) كانت هذه النتائج؟ حتى يتحقق لها النجاح وسط الوسائل الإلكترونية التى تنقل هذه الأحداث فى لحظة وقوعها.^(١)

ويعتبر الإعلام المقروء أقدم الوسائل الإعلامية التى قدمت الرياضة، ولقد ظهرت أول صحيفة رياضية عالمية مع بدايات القرن السابع عشر، وأصبح للأخبار الرياضية مكانها فى الصفحات الأولى وفى عناوينها، وتقوم بعض الصحف بإصدار ملاحق رياضية أسبوعية لزيادة توزيعها، وأسهمت الصحف الرياضية فى انتشار الصحافة فى كثير من الدول العربية، وأسهمت أيضاً فى إعداد جيل رائد من الصحفيين فى العالم العربى.^(٢)

القوالب الفنية للإعلام الرياضى المقروء:

- تتعدد الفنون والأشكال الصحفية الرياضية وتتمثل فى (الخبر الصحفى - التقرير الإخبارى - الحديث الصحفى - التحقيق الرياضى - المقال الرياضى - التعليق الرياضى - النقد الرياضى).^(٣)

٢- الإعلام الرياضى المسموع:

يعتمد على حاسة السمع عند الإنسان، مثل الراديو، وأشرطة التسجيل، ووكالات الأنباء، وحتى بدايات القرن العشرين كان المهتم بالرياضة يتابع الأحداث الرياضية عن طريق الذهاب إلى مكان وقوع الحدث (الملاعب)، حتى ظهور الراديو

(١) بهيائى خليفة: "موسوعة الإدارة فى المنظمات الرياضية، الطبعة الأولى، (الكويت: مطبعة الفيصل، ٢٠٠٤) ص ١٥.

(2) Lever, J., & Wheeler, S. " Mass media and the experience of sport" in " Communication Research ", Vol.20, 1993. p.130.

(٣) محمود حسن أبو دريس، "واقع الصحافة الرياضية فى مملكة البحرين، دراسة تحليلية لمحتوى وشكل الصفحات الرياضية فى الجرائد اليومية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٤) ص ١٦.

الذى قدم للجمهور الرياضى ميزة الاستماع إلى الأحداث الرياضية بشكل مباشر فور وقوعها.^(١)

ويوجد العديد من الأهداف التى تسعى الإذاعة الرياضية إلى تحقيقها وتتضمن:-

- تحليل كل ما يدور على الساحة الرياضية من أحداث وتفسيره وتقييمه، برؤية تعكس وتجسد السياسة العامة للإذاعة.
- الحصول على السبق والتغطية الإخبارية المتنوعة.
- محاولة إيجاد وعى لدى الجمهور، ومساعدته أيضاً فى الحصول على المعلومة، ومعرفة ما يدور حوله من أحداث وأخبار رياضية.
- الحصول على الإعلانات التى تعود بالفائدة المادية على المحطة الإذاعية، وتساعدها فى أداء رسالتها.^(٢)

القوالب الفنية للإعلام المسموع:

تتعدد القوالب والأشكال الفنية للبرامج الإذاعية الرياضية، وتشمل (الحديث المباشر - الحوار الإذاعي - الندوة الرياضية - برامج المسابقات الرياضية - التعليق على الأخبار والأحداث الرياضية).

٣- المواقع الرياضية الالكترونية:

تمثل المواقع الرياضية المنتشرة على الانترنت خطر داهم على الاعلام الرياضي يتسلل يوماً بيوماً بيننا بسهولة ويسر ويهدد الاستقرار فى الاندية، والاتحادات، ويشير الجماهير فى كل المحافظات، وخطورة بعض هذه المواقع الرياضية الاليكترونية تتمثل فى إعتقادها على مجموعة من عديمي الخبرة الاعلامية والرياضية، وتعمل على مجرد السبق باخبار غير صحيحة وهي عبارة عن شائعات تطلقها بلا أي مسئولية أو محاسبة، وقد يتسبب خبر منها فى الايقاع بين ناد وآخر.. أو ناد ولاعب.. أو اندفاع جماهيرى، وثورة بين جماهير الأندية بعضها البعض! كل هذا يحدث لأن بعض هذه المواقع لا يشرف عليها اعلاميون متخصصون، ولا يعمل بها صحفيون متمرسون للاسف، وأصبحت مهنة لمن ليس له مهنة.

(1) E. Cashmore, Making sense of sports "Op. Cit", p 50

(٢) على مبارك، "مرجع سابق" ص ٧٥.

يوجد بعض المواقع الملتزمة وهي قلة حيث يرأسها صحفيون متمرسون يجيدون انتقاء الخبر والتأكد من صدقه، ويقدرّون مسؤولية اطلاق الاخبار علي الهواء، ولا يلجأون إلي الاخبار المبركة.

لذلك يجب إعادة تنظيم عملية انشاء المواقع الاليكترونية علي الانترنت خاصة الرياضى منها، وأن يكون لها جهة مسئولة عنها يمكن الرجوع اليها أو عليها في حالة نشر خبر غير صحيح أو مغرض قد يتسبب في اشعال فتنة بين الجماهير الرياضية.

ان انتشار هذه المواقع، وبهذا العدد الكبير علي صفحات الانترنت، والتسابق بينها علي السبق، والاطخاء والشائعات التي تطلقها صباحا ومساء..دون محاسبة أو مسؤولية أو رادع..هو شيء من الفوضى الاعلامية، لأنها تلعب دوراً خطيراً في عدم المهنية، ولها دورها الخطير في إرساء التعصب بين جماهير الأندية، والازمة الكبرى هي قيام البرامج الرياضية بالنقل عنها بما فيها من مشاكل أخلاقية ومهنية.

٤- الإعلام الرياضى المرئى:

يعتمد على حاستى السمع والبصر عند الإنسان، مثل التلفزيون، والسينما، والفيديو، وشبكة الانترنت. وقد أصبح التلفزيون فى السنوات الأخيرة من أوسع الوسائل انتشاراً وأكثرها جاذبية لدى الجمهور، وذلك لقدرته على مخاطبة الطبقات المختلفة من الجمهور على مختلف مستوياتهم العمرية، وعلى مدى زمنى كبير، فمن خلال الشاشة يستطيع التلفزيون إرسال العديد من الرسائل التي يمكن أن تصل إلى فئات عديدة من الجمهور، وذلك من خلال التطور التقنى والتكنولوجى الذى مر به التلفزيون على عدة مراحل، من تطور للكاميرات، وزيادة تقنية الأقمار الصناعية.⁽¹⁾

كل هذه التطورات أثرت فى زيادة عدد القنوات التلفزيونية المتخصصة فى الرياضة، وظهرت أول شبكة أمريكية متخصصة فى الرياضة وهى شبكة "ESPN" فى عام ١٩٧٩م، وتبعها بعد ذلك العديد من الشبكات الرياضية الأمريكية والأوروبية.

ويمكن القول: إن التلفزيون قد أصبح الوسيلة الإعلامية القائدة فى مجال

(1) Daniel Beck and Louis Bosshart, " Op.Cit ", p 11.

الإعلام الرياضى؛ لأنها أتاحت ميزة النقل المباشر للأحداث الرياضية، وأعطت ميزة كبيرة للمشاهد بأن منحته الإحساس بالتواجد فى قلب الأحداث، حيث تخاطب حاستى السمع والبصر، فأصبح التلفزيون مسيطراً على مشاهد الحدث، بالإضافة إلى التطورات التقنية المتلاحقة الطارئة على التلفزيون، التى جعلت الإعلام الرياضى المرئى يصل إلى عدد أكبر من الجمهور، على نحو أكبر بكثير من الماضى.⁽¹⁾

أهمية الإعلام الرياضى المرئى:

- تشير العديد من الدراسات إلى أن ظهور أجهزة التلفزيون الملون قد أدت إلى زيادة عدد المشاهدين للألعاب الرياضية، وذلك على المستوى المحلى والإقليمى والدولى، مما يؤكد أهمية التلفزيون فى تنمية الاتجاهات الإيجابية نحو الرياضة والرياضيين والترفيه.
- يعتبر التلفزيون الوسيلة المثلى لنشر الثقافة لدى الأميين ومحدودى الدخل غير القادرين على حضور المباريات فى الملاعب، أو شراء الوسائل المطبوعة لمعرفة الأخبار الرياضية.
- يتميز التلفزيون بالقدرة على نقل الأحداث الرياضية بالصوت والصورة وقت حدوثها، وهو ما يعود على المشاهد بالمتعة فى مشاهدة الحدث الرياضى فى وقت حدوثه.

القوالب الفنية للإعلام المرئى الرياضى:

تتعدد القوالب والأشكال الفنية للإعلام المرئى، وتشمل:

- نشرة الأخبار الرياضية: من القوالب الفنية التى حدث لها تطور هائل فى الفترة الأخيرة، فمن فقرة رياضية يتم تقديمها فى آخر نشرة الأخبار بالقنوات العامة، إلى نشرة أخبار رياضية كاملة، تقدم خلال القنوات الرياضية المتخصصة، يتابع المتلقى من خلالها أحدث الأخبار الرياضية ونتائج المباريات على المستوى المحلى والإقليمى والدولى.
- ولقد وصل التطور إلى قمته فى تقديم الخدمة الإخبارية الرياضية بالقنوات

(1) Rinehart, R., Sport as Kitsch, " A case study of the American Giadiators " In " Journal of Popular Culture, " Vol. 28, No. 2. 1994, p25.

التليفزيونية الرياضية، وهو ما يعكسه إنشاء العديد من الشبكات الرياضية قنوات إخباريه رياضية، وعلي سبيل المثال بث شبكة الجزيرة الرياضية قناة متخصصة فى الأخبار الرياضية (JSC SPORTS NEWS)، تقدم خدمة إخبارية مستمرة على مدار اليوم، وتعد هذه الخدمة أحدث تطورات تكنولوجيا الأخبار، فهى تقدم الأخبار ليس وفقاً لأسلوب الأخبار المنفصلة التى لا تتيح للجمهور أن يتعرف بدقة على ما يجرى فى المجتمع الرياضى من تغيرات واتجاهات، وإنما تقدم كل التفاصيل والخلفيات اللازمة لفهم تطورات الأحداث، كما توفر خدمة المتابعة المستمرة للأخبار على الشاشة من خلال شريط الأخبار.

• الأستوديو التحليلى للمباريات: يعد من القوالب الفنية الجديدة فى الإعلام الرياضى المرئى، والتى تحظى بنسبة مشاهدة عالية، وخاصة فى البطولات والمنافسات الكبرى، ويتم من خلالها استضافة عدد من الخبراء فى اللعبة التى سوف يتم تحليل منافساتها.

ويبدأ الأستوديو التحليلى قبل بداية المباراة بفترة زمنية، غالباً ما تكون قرابة النصف ساعة يتم فيها تقديم معلومات عن الفريقين، من حيث النتائج السابقة، والحالة التى يمر بها، والتشكيل الذى سوف يخوض به اللقاء، ثم يلي هذه المقدمة تقديم بث مباشر للمباراة.

وبعد نهاية اللقاء يتم تحليل المباراة فنياً من خلال الخبراء، وتقييم المتغيرات التى حدثت خلال اللقاء على كل فريق، وكذلك تقييم أداء اللاعبين والمدربين والحكام، وتفسير عوامل تفوق فريق على آخر من حيث الأسباب التى أدت إلى هذا التفوق.

• الندوة الرياضية:تعتمد علي تقديم عدد من الضيوف المهتمين بالرياضة، لتبادل الأفكار والآراء حول موضوع يهم الجمهور الرياضى، وتعتمد هذه الندوة علي تلقائية المشتركين عند طرح الآراء، وعادة ما يكون المشتركون فى الندوة من المتخصصين فى القضية محل النقاش.

ويهتم هذا النوع من الندوات بطرح قضية أو مشكلة للفت انتباه الجماهير الرياضية نحو أهميتها، وليس من الضروري طرح حلول لهذه القضية المثارة، وإنما يكفي إثارة اهتمام الجماهير بأهمية هذه القضية والدعوة إلى التفكير فى حلول لها.

ويقتصر دور مدير الندوة علي التوجيه، وتنظيم المناقشة، حتى لا يحدث تشتت عن الموضوع المطروح، وكذلك توزيع وقت الندوة بين المتناقشين بقدر من التوازن، ويشتمل النص المكتوب لهذا النوع من المناقشات علي مدخل لتوضيح أهمية الموضوع ورعوس الموضوعات الفرعية، وتقديم أعضاء الندوة، وتلخيص الآراء والأفكار بعد المناقشة وكتابة خاتمة الندوة.

• البرامج الرياضية الحوارية: تعد البرامج الرياضية أكثر قوالب الاعلام الرياضى المرئى انتشاراً، ويتوقف نجاح هذا الشكل (موضوع الدراسة) على قدرة القائمين على إعدادة وتقديمه بأسلوب يجذب المشاهدين والمتابعين للقنوات الرياضية، ويوجد ثلاثة أشكال رئيسة للبرامج الرياضية الحوارية، وهى:-

أ - حوار الرأى: يركز هذا النوع من البرامج على استطلاع رأى شخصية معينة فى موضوع محدد، أو مشكلة أو قضية رياضية مطروحة على الساحة، ويهتم بها الجمهور الرياضى، وتكون الشخصية المتحاور معها من الخبراء المتخصصين فى موضوع الحوار.

ب - حوار المعلومات: يركز هذا النوع من البرامج على استنباط معلومات من الواقع تسهم فى تقديم خدمة عامة للجمهور، سواء من أشخاص مشهورين أو غير مشهورين، فهذا الحوار هو للحصول على المعلومات، ويتسم هذا الحوار بالسرعة والحيوية.

ج - حوار الشخصية: يعتبر هذا النوع من البرامج الإنسانية التى تهتم بتناول شخصيات رياضية جذابة للجماهير الرياضية أو مثيرة للجدل، ويتناول البرنامج نشأة هذه الشخصية، وتطورها، وسماتها واتجاهاتها وسلوكها وأفكارها، وتتسم الأسئلة التى يوجهها المحاور إلى الشخصية بالتعمق فى أغوار الشخصية، لإثارة اهتمام المشاهدين والإجابة عن الاستفسارات التى تهم الجمهور الرياضى.

وإن المتابع للبرامج الرياضية التليفزيونية يجد أنها تتضمن مزيجاً من هذه الأشكال والقوالب البرمجية الحوارية، وهناك عدة عوامل تساعد على نجاح البرامج الرياضية التليفزيونية، من حيث حداثة الفكرة أو الحدث وجدديته فى الوقت نفسه، واحتياج الجمهور الرياضى لهذه الفكرة، وتنوع المصادر وتكاملها

بحيث تعبر عن الاتجاهات المرتبطة بالقضية أو الفكرة المثارة، بالإضافة إلى دقة المعلومات ونسبها إلى مصادر.

ويتوقف نجاح البرامج الرياضية التليفزيونية على مدى التفاهم بين فريق العمل من إعداد وإخراج وتقديم، بالإضافة إلى بقية فريق العمل من فنيين ومسؤولي إنتاج وشبكة المراسلين التابعين للقناة أو البرنامج.

ويعتبر الإعداد أحد أهم العناصر في فريق العمل، لذلك عادة ما يتكون فريق الإعداد من عدد كبير من المعدين يرأسهم رئيس تحرير البرنامج الذي غالباً ما يكون صحفياً رياضياً يقوم بتجميع ما يقدم إليه من فريق الإعداد وترتيبها.

سمات الإعلام الرياضي :

يتسم الإعلام الرياضي داخل أي مجتمع بمجموعة من السمات تتمثل في:-

١- أنه إعلام جماهيري، وله القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير المتنوعة.^(١)

٢- التكامل وإن تعددت عناصره وإجراءاته وأجهزته وفروعه، ويقوم التكامل على أساس وحدة الموضوع وتكامله، فالرياضيون هم المادة الأساسية لجميع وسائل الإعلام الرياضي، ومن المفترض تكامل هذه الوسائل عند معالجة موضوع واحد، كل حسب تخصصه، وهذا التناول في العرض من شأنه أن يلبي متطلبات الجماهير النوعية المتعددة والمختلفة وغير المتجانسة.^(٢)

٣- تتنوع وسائل الإعلام الرياضي من حيث الشكل والمضمون، من صحف وقنوات تليفزيونية ومحطات إذاعية، ووفقاً لنوع الرياضة التي تتخصص فيها.

٤- تعدد أشكال الملكية لوسائل الإعلام الرياضية ما بين ملكية عامة تابعة

(١) خير الدين عويس، عطا حسن عبد الرحيم، "الإعلام الرياضي"، ج ١، ط ١ (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، ١٩٩٨) صص ٢٢ - ٢٣.

(٢) خالد حسن القضاة، "دور الصحافة في تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية في المجتمع الاردني، بحث مقارنة بين الصحف الأردنية اليومية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بغداد: كلية التربية الرياضية، ١٩٩٧) ص ١١.

للدولة، وملكية خاصة تابعة للأفراد أو لاتحادات أو لأندية، وملكية مختلطة تجمع بين أكثر من نظام ملكية.

٥- التفاعل بينه وبين المجتمع، وحتى يتم فهم الإعلام الرياضى يجب فهم المجتمع الذى يعمل فيه، حتى لا يوجد تعارض بين ما يقدمه من رسائل إعلامية مع القيم والعادات السائدة فى هذا المجتمع.

٦- التجارية، لأنه أصبح من أكثر أنواع الإعلام المتخصص جذباً للمعلنين، وهذا ما يحقق له زيادة اقتصادية تساعده على الاستمرار والتطور بسبب تحقيقه لأهدافه الربحية.

أهداف الإعلام الرياضى:

هناك العديد من الأهداف التى يسعى الإعلام الرياضى إلى تحقيقها، وتشمل الآتى:-

١- نشر الأخبار والمعلومات المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية، ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها، ووضعها أمام الرأى العام ومساعدته على اتخاذ ما يراه من قرارات، وهو ما يسهم فى توجيه الرأى العام فيما يخص القضايا الرياضية التى تثير اهتمامه.

٢- زيادة الوعى والمعرفة بالرياضات المختلفة، وتدعيم مبدأ "الرياضة للجميع"، والترويج عن الجماهير وإبعادهم عن الممارسات الضارة بالفرد والمجتمع.

٣- تسليط الضوء على الموهوبين والمبدعين رياضياً، والاهتمام بهم، ورعايتهم، وذلك على مستوى الأصحاء وذوى الاحتياجات الخاصة.

٤- تشجيع المواطنين على ممارسة الرياضة، من خلال توضيح أهميتها للفرد والمجتمع على مستوى الجنسين وعلى مستوى سلامة الصحة النفسية والجسدية للفئات العمرية المختلفة.

٥- عرض أهم القضايا الرياضية على المستوى المحلى والإقليمى والدولى وتحليلها من خلال متخصصين فى الرياضة.^(١)

(١) اتحاد الإذاعة والتلفزيون "الخطة الإعلامية العامة" (جمهورية مصر العربية: الإذاعة والتلفزيون، ٢٠٠٣م) ص ١٤٤- ١٤٥.

الخدمات التي يقدمها الإعلام الرياضي للفرد والمجتمع :

يقدم الإعلام الرياضي خدمات عديدة للفرد والمجتمع، ومن أهمها :-

١- تطوير الرياضة ونشرها بين الجماهير، وترسيخ القيم الإنسانية، من خلال مكافحة مظاهر الشغب والعنف في الملاعب، وتجسيد معاني المحبة والصداقة بين الشعوب.

٢- نشر الوعي الرياضي بين الجماهير من خلال تعريفها بقوانين الألعاب المختلفة والتعريف بها، بما يؤدي في النهاية إلى نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع، و التغطية اليومية للأحداث الرياضية المحلية منها والدولية.

٣- البعد عن التعصب، وإشاعة الروح الرياضية بين الجماهير واللاعبين، بما ينعكس على المجتمع كله، ونشر السلوكيات الرياضية المقبولة اجتماعياً والبعد عن غير المقبول منها.

٤- توثيق الأحداث الرياضية وتأريخها، والتتقيب عن الفساد، وكشف الانحرافات في المنظومة الرياضية، ويجب على القانون أن يساعد الإعلام على تحقيق هذا الدور.

القائم بالاتصال في البرامج الرياضية التليفزيونية (فريق العمل):

فريق العمل في أى مؤسسة إعلامية هو "الشخص الذى يؤدي دوراً فعالاً ومباشراً في إنتاج الرسالة الإعلامية، هذا على ضوء ما يتمتع به من مهارات يجب أن تتوفر من مؤهلات وكفاءة في الأداء، ويتكون فريق العمل في الإعلام الرياضي من عدد من المتخصصين، وذلك على النحو التالي:-^(١)

١ - فريق الإعداد:-

يعتبر الإعداد العمود الفقري لأي برنامج تليفزيونى وخاصة البرامج الرياضية، لأنه يقع على عاتقه انتقاء الأحداث أو القضايا الرياضية التي يتم تناولها، وتغطية جوانبها كافة بما يمكن المشاهد من الاستفادة بما يقدم له من مضمون، ويبنى على الإعداد بقية عناصر البرنامج من تقديم وإخراج وتصوير وديكور ومونتاج؛ لأن هذه العناصر تقوم بتحويل ما هو مكتوب على الورق إلى الصورة التي يتم إرسالها إلى المتلقى.

(١) نجوى فوال، "القائمون بالاتصال"، (القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية، ١٩٩٢) ص ٥.

٢ - مقدم البرنامج:-

هو الذى يقوم بتوصيل الرسالة إلى المتلقى، والذى قد يكون غالباً من عناصر اللعبة (لاعب كرة سابق - مدرب سابق - محلل رياضى - ناقد رياضى - حكم سابق)، ويجب أن يكون على دراية بالمهنية الإعلامية، ويتميز بالحيادية فى تناول الموضوعات والقضايا الرياضية المختلفة، ويكون على دراية بأهمية الشاشة التى يطل من خلالها، والعواقب المترتبة على رأيه فى قضية ما، وأثرها فى جمهوره المستهدف.

٣ - مخرج البرنامج:-

هو قائد العمل، وتقع على عاتقه مسئولية البرنامج، ويقوم بوضع الأهداف المحددة للعمل، والتنسيق مع فريق العمل، ووضع التصور النهائى، حتى يخرج العمل بالصورة المناسبة إلى الجمهور المتلقى.

٤ - الصحفى الرياضى (رئيس تحرير البرنامج):-

لا تقتصر مهمة الصحفى الرياضى على مجرد نقل الوقائع المختلفة للحدث فقط، بل تتسع أيضاً لتقديم العواطف والانفعالات التى تحيط بالحدث الرياضى. ومع انتشار الإعلام الرياضى المتخصص ظهرت مجموعة من الصحفيين الرياضيين أطلق عليهم "رؤساء التحرير للبرامج الرياضية".

٥ - المعلق الرياضى:-

هو الذى يقوم بالتعليق على المادة المقدمة من خلال التليفزيون أو الإذاعة، وقد توصلت إحدى الدراسات إلى أن المعلق الرياضى الذى يتسم بالعنف فى تعليقاته، يضى نوعاً من العنف على الأحداث، وعلى النقيض فإن المعلق الذى يتسم بالهدوء فى تعليقاته، يضى نوعاً من الهدوء على الأحداث غير الطبيعية، ويجعل الأحداث العنيفة أقل عنفاً من حقيقتها.^(١)

٦ - الناقد والمحلل الرياضى:-

الدور الأساسى للناقد الرياضى هو إعادة التوازن إلى الجوانب غير المستقرة فى الحياة الرياضية، وذلك عن طريق النقد البناء الذى يبنى الإنسان، ويجعله قادراً على الرؤية والتأمل والاستمتاع بطريقة مثالية، ويجب أن يتسم بعدة سمات ضرورية،

(١) خالد حسن القضاة، "مرجع سابق"، ص ٣٠.

وهى (الموهبة - العلم - الأمانة فى نقل المعلومة - المتابعة الجيدة للأحداث والقضايا - المهنية).

المهارات الواجب توافرها فى القائم بالاتصال فى البرامج الرياضية التليفزيونية:-

اهتم العديد من الباحثين برصد المؤهلات الشخصية والنفسية التى يجب أن تتوفر فى القائم بالاتصال فى المجال الرياضى، والتى يمكن رصدها فى التالى:^(١)

١- يفضل أن يكون من دارسى الإعلام، وأن يكون من خريجى كليات الإعلام وأقسامها حتى يكون ملماً بقواعد العمل الإعلامى وأخلاقياته، أو يكون خريج كليات التربية الرياضية حتى يكون ملماً بالرياضة وشؤونها.

٢- أن يكون متزناً نفسياً وانفعالياً، وأن يكون ملماً بقواعد الرياضة التى يغطيها وأسسها وقوانينها بما يعود فى النهاية على الجودة فى المنتج وإقبال الجمهور عليه، وأن يكون لديه القدرة على الإدارة وسرعة اتخاذ القرارات المناسبة، والتعامل مع الآخرين من جماهير ومن عناصر اللعبة على مختلف مستوياتهم العلمية والثقافية.

٣- أن يحترم التقاليد والعادات والقيم السائدة فى المجتمع، والتحلّى بالأخلاق الحميدة والسلوك القويم، و أن يقوم بالدعوة لبث الروح الرياضية وروح الانتماء إلى الوطن، والاهتمام بالبعد القومى وربطه بالبعد الوطنى، بعيداً عن النزاعات الإقليمية.

٤- احترام التفكير والاعتماد على الأسلوب المنطقى فى الحوار، واحترام الرأى الآخر وإثبات صحة وجهات النظر، وأن يتبنى القضايا العامة، ويقوم بطرح طرق للحلول، ويعرض وجهات النظر المختلفة، مع التمتع بالحيادية والبعد عن التحيز.

(١) أحمد فاروق أحمد، "تخطيط إستراتيجى لمستقبل الصحافة الرياضية المصرية لمواجهة مشكلات كرة القدم الإدارية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية التربية الرياضية بنات، ٢٠٠٩م) ص ٢٩.

مسار الإعلام الرياضى المصرى:-

أولاً: الإعلام الرياضى المقروء:-

بدأت الصحافة الرياضية مع ظهور أول فريق مصرى لكرة القدم عام ١٨٨٥م، وقد قام بتكوينه "محمد أفندى باشا"، ولعب هذا الفريق باسم مصر ضد فريق مكون من رجال الاحتلال البريطانى، وفاز الفريق المصرى فى هذه المباراة، وتعتبر هذه هى البداية الحقيقية للإعلام المقروء فى مصر.

بدأ الانتشار الكبير لكرة القدم فى بداية العشرينات، وبدأت الصحافة تهتم بالرياضة وخصصت لها مساحات صغيرة، وقد أقامت جريدة "المضمار" مسابقة بين قرائها لاختيار أفضل لاعب مصرى فى كرة القدم، ونظمت مجلة "كوكب الشرق" عام ١٩٣٣م بطولة فى كرة القدم تقام بين محافظات مصر على كأس باسم المجلة.^(١)

فى عام ١٩٥٥م استقبل الزعيم الراحل/ جمال عبد الناصر فريق كرة القدم المصرى العائد من دورة برشلونة الأولمبية، وقال قولته المشهورة بين جموع الشعب: "إن بناء المصانع سهل، وبناء المدارس سهل، ولكن بناء الشباب هو الصعب العسير".
تطور الصحافة الرياضية فى مصر:-^(٢)

فى أوائل القرن العشرين صدر العديد من الصحف والمجلات الرياضية، وكان أبرزها صحيفة الرياضة (١٩٠٥م)، وضيء الألعاب (١٩٠٧م)، ثم مجلة الرياضة البدنية (١٩٢٠م)، وفى عام (١٩٢٣م)، صدرت مجلة الألعاب الرياضية، وفى عام (١٩٢٨م)، صدرت مجلة اسبورت، وفى عام (١٩٣١م)، صدرت مجلة السباق، وفى عام (١٩٣٧م)، صدرت جريدة الشعاع، وفى عام (١٩٥٢م)، صدرت مجلة الدليل الرياضى، وفى عام (١٩٥٥م)، صدرت مجلة اللاعب، وكان لصدور قانون تنظيم الصحافة فى ٢٤ مايو ١٩٦٠م كبير الأثر فى اتجاه الصحافة إلى التجديد والتطوير، مما عاد على الصحافة الرياضية بالتطور من حيث الكم والكيف، فقامت أيضاً بعض الأندية بإصدار مجلات متخصصة فى الرياضة مثل مجلة الأهلى ومجلة الزمالك.

(١) أحمد عبد المهين، "حكاية الكرة المصرية"، (القاهرة: دار الكتب الجامعية الحديثة، ١٩٨٧) ص ١٠١.

(٢) خير الدين عويس، عطا عبد الرحيم، "مرجع سابق"، ص ٩٨ - ١٠٢..

وبعد هزيمة ١٩٦٧م توقف النشاط الرياضى فى مصر، وانحسرت معه الصحافة الرياضية، حتى عادت بعد انتصار أكتوبر ١٩٧٣م، فصدرت جريدة "الكوره والملاعب" عن دار التحرير فى عام (١٩٧٦م) وصدرت جريدة "أخبار الرياضة" عن دار أخبار اليوم عام (١٩٨٩م)، وصدرت "مجلة الأهرام الرياضى" عن دار الأهرام عام (١٩٩٠م) وتواكب ذلك مع وصول منتخب مصر إلى نهائيات كأس العالم ١٩٩٠م بإيطاليا.

ثانياً: الإعلام الرياضى المسموع:-

خلال فترة الأربعينيات كانت الرياضة فى الإذاعة المصرية عبارة عن تمرينات بدنية يتم إذاعتها فى فترة الصباح بصفة يومية، وكان يتم تقديم برنامج "حديث رياضى" لمدة ١٠ دقائق مرة كل أسبوعين، ويقوم بتقديم هذا الحديث أحد العاملين فى المجال الرياضى (رئيس إتحاد لعبة ما - سكرتير اتحاد - أحد اللاعبين القدامى - أحد النقاد الرياضيين)، وكانت تتقل الإذاعة مبارتين فقط على مدار العام بالإضافة لنهائى الدورى والكأس فى لعبة كرة القدم.^(١)

وتطورت البرامج الرياضية الإذاعية خلال فترة الخمسينيات، فتم نقل عدد مباريات أكبر وزاد عدد البرامج، وفى عام (١٩٥٤م) قدم الإعلامى "فهى عمر" برنامج (الرياضة فى أسبوع) وهو برنامج أسبوعى مدته نصف ساعة، يقدم من خلاله نتائج أهم البطولات الرياضية المحلية والدولية، بالإضافة لبرنامج الشهر (التعليق على الدورى) الذى كانت تنتظره الجماهير والصحف الرياضية، لمعرفة نتائج مباريات الدورى التى تقام فى اليوم نفسه فى مختلف محافظات مصر، وبعد هزيمة ١٩٦٧م وجه اتهام للرياضة بعامة ولكرة القدم بخاصة بأنها سبب الهزيمة، مما أدى إلى تقلص البرامج الرياضية الإذاعية حتى جاء نصر أكتوبر العظيم ١٩٧٣م فعادت الرياضة مرة أخرى، مما أدى إلى تطور البرامج الإذاعية، وتتنوع البرامج الرياضية فى مختلف المحطات الإذاعية.^(٢)

فى بداية الثمانينات دخل نظام الشبكات إلى الإذاعة المصرية التى وصل عددها إلى (٩) شبكات، منها "شبكة الشباب والرياضة"، وهى شبكة متخصصة من

(١) أميمه حامد أبو الخير، خطة مقترحة لبرامج التلفزيون كوسيلة إعلامية لنشر الوعى الرياضى رسالة دكتوراه غير منشورة"، (جامعة حلوان: كلية التربية الرياضية، ١٩٧٩) ص ٢٧.

(٢) على مبارك، "مرجع سابق"، ص ٧٦.

حيث الجمهور وهو الشباب، ومن حيث المضمون وهو الرياضة، بهدف الارتقاء بالشباب والرياضة، وتهتم على المستوى المحلى والإقليمي والدولى بالرياضة على مختلف الألعاب الفردية منها والجماعية، بالإضافة إلى تنظيم أسواق للشباب لعرض منتجاتهم وبيعها.^(١)

ثالثاً: الإعلام الرياضى المرئى:-

مع بداية إرسال التلفزيون المصرى عام (١٩٦٠م)، ووفقاً لإحصاء توزيع عدد ساعات الإرسال التلفزيونى المصرى عام (١٩٦٣م) بالبرنامج الأول (القناة الأولى حالياً)، احتلت البرامج الرياضية نسبة ٦,٤٪ من إجمالى ساعات الإرسال، فى حين لم يقدم البرنامج الثانى (القناة الثانية حالياً) أى برامج رياضية على الإطلاق.

وخلال فترة السبعينيات والثمانينيات اهتم التلفزيون بنقل معظم مباريات الدورى والكأس المصرى بجانب بعض مباريات الألعاب الأخرى، مثل (كرة السلة - المصارعة - السباحة - وغيرها من الألعاب الأخرى) ونقل البطولات الدولية على الهواء مباشرة، وكانت بطولة كأس العالم بالأرجنتين عام (١٩٧٨م) أول بطولة دولية كبرى فى كرة القدم يتم نقل معظم مبارياتها على الهواء بالتلفزيون المصرى، كما قام التلفزيون المصرى بتسجيل الأحداث الرياضية الدولية المهمة وتقديمها ضمن البرامج الرياضية التى تقدم على شاشته.

وأدى ظهور الأقمار الصناعية وتطورها وانتشارها، ودخول مصر عصر الفضاء بإطلاقها القمر الصناعى المصرى "نايل سات" إلى قيام التلفزيون المصرى بنقل العديد من الفعاليات الرياضية العالمية وتقديمها للمشاهد بتقنية أفضل، فضلاً عن تمكن التلفزيون المصرى من إطلاق مجموعة من القنوات المتخصصة، تم تسميتها "قطاع قنوات النيل المتخصصة"، وتم تخصيص قناة للرياضة تحت مسمى "قناة النيل للرياضة"، لما للرياضة من أهمية كبرى للفرد والمجتمع.

وتتبع ذلك إطلاق العديد من القنوات التلفزيونية المصرية الفضائية الخاصة المتخصصة فى الرياضة، ومنها الذى استمر بعد ثورة ٢٥ يناير، مثل (مودرن اسبورت - النهار رياضة - النادى الأهلى)، ومنها من لم يقدر على الاستمرار وتم إغلاقه مثل (زوم اسبورت - دريم اسبورت - ميلودى اسبورت - مودرن كوره)، وتجدر الإشارة إلى اهتمام العديد من القنوات الفضائية العامة بتقديم مضمون

(١) اتحاد الإذاعة والتلفزيون، "مرجع سابق"، ص ٣٩.

رياضى، مثل بث مباريات الدورى والكأس المصرى وتقديمه من خلال أستوديو تحليلى خاص بها، إضافة إلى تقديم برامج رياضية وأسبوعية تتابع من خلالها الأحداث الرياضية المحلية والدولية، مثل (القناة الفضائية المصرية - قناة دريم ١ - قناة دريم ٢ - قناة القاهرة والناس ٢ - قناة الحياة ١ - قناة الحياة ٢ - قناة صدى البلد).

أمثلة للإعلام الرياضى المرئى :- (١)

يرى العديد من الباحثين أن الإعلام المرئى وما يقدمه من مضامين، يحظى بنسبة تفوق الـ ٩٠٪ من التأثير فى اتجاهات الجمهور، وحوالى ٦٪ للإعلام المقروء، والنسبة الباقية لوسائل الإعلام الأخرى، ولعل انتشار القنوات الفضائية المتخصصة فى الرياضة على المستوى المحلى والإقليمى والدولى خير دليل على ذلك.

أولاً: القنوات الرياضية الدولية:-

١- شبكة قنوات "شو تايم" "Show Time" وتتضمن:

• مجموعة قنوات "يورو سبورت" "Euro Sports" وهى قنوات مشفرة وتقوم بتقديم أحدث المناسبات الرياضية على الهواء مباشرة من مختلف أنحاء العالم، ويعرض على شاشتها أشهر الدوريات العالمية وأكبرها، مثل (الدورى الانجليزى - الدورى الإيبانى - الدورى الإيطالى).

• مجموعة قنوات "إكس تريم للرياضة" "Extreme Sports"، وهى قنوات مشفرة، وتتميز بتخصصها من حيث الجمهور، فهى موجهة للشباب، ومتخصصة فى الألعاب الشبابية مثل (ركوب الأمواج - سباقات الدراجات - التزحلق على الجليد).

٢- شبكة قنوات "الاتحاد الأمريكى لكرة السلة" "NBA":-

هى شبكة قنوات أمريكية مشفرة متخصصة فى لعبة كرة السلة وخاصة مباريات اتحاد كرة السلة الأمريكى، وتقدم برامجها على مدار اليوم لتقدم لمشاهديها أمتع البرامج على الهواء، مع عرض شامل لأهم المباريات فى تاريخ لعبة كرة السلة الأمريكية، إضافة إلى لقاءات مع أفضل نجوم كرة السلة الأمريكية على مر العصور.

(١) خالد توحيد، العلاقة بين الإنترنت وتطوير الأداء المهنى للإعلاميين الرياضيين فى مصر، "رسالة ماجستير غير منشورة"، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١٢) ص ٩٢.

٣- شبكة قنوات "الدورى الانجليزى الممتاز" "Prime Lug" :-

هى مجموعة قنوات إنجليزية مشفرة، تقوم بتقديم تغطية شاملة للدورى الانجليزى الممتاز ومعظم الدوريات الأوروبية ودورى أبطال أوروبا، إضافة إلى بطولة " ويمبلدون" للتس إحدى بطولات "الجراند سلام".^(١)

٤ - شبكة قنوات "كرة القدم الأمريكية" "GO TV" :-

هى مجموعة قنوات أمريكية مشفرة متخصصة فى الرياضة، وتقدم خدماتها لعدد كبير من محبى رياضة كرة القدم الأمريكية، وتعمل على مدار اليوم وتقوم بتقديم بطولات لرياضات متنوعة، إضافة إلى مجموعة من البرامج الرياضية المتميزة.^(٢)

كما قام العديد من الأندية العالمية الكبرى بإطلاق قنوات خاصة بها غير مشفرة، وتقدم من خلالها أنشطتها المختلفة فى جميع الأعمار السنية ومختلف الرياضات التى تشارك فيها، مثل قناة "MU TV" التابعة لنادى "مانشستر يونايتد" الانجليزى، وقناة "AC. Milan" التابعة لنادى الميلاق الايطالى، وقناة "Real Madrid" التابعة لنادى "ريال مدريد" الاسبانى، وقناة "FCB TV" التابعة لنادى "برشلونة" الاسبانى.

ثانياً: القنوات الرياضية العربية :-

١- شبكة قنوات "الجزيرة الرياضية" "JSC Sports":^(٣)

هى مجموعة قنوات تعود ملكيتها إلى دولة قطر، وتم إطلاق أول قنواتها فى نوفمبر عام (٢٠٠٣م) كقناة تسعى إلى تقديم الأنشطة الرياضية المختلفة وتغطيتها، وبدأت بث إرسالها بمعدل ٦ ساعات يومياً، وهى تبث باللغة العربية. ولكنها - بعد تزويدها بخدمة تعدد القنوات الصوتية على جميع قنواتها - قدمت للمشاهد خاصية الاستمتاع بالتعليق على المباريات المهمة بصوت أكثر من معلق وأكثر من لغة، وبعد قيام شبكة الجزيرة الرياضية بشراء الحقوق التى كانت تمتلكها شبكة "راديو وتلفزيون العرب" "ART" التى كانت أول شبكة فضائية عربية متخصصة فى الرياضة منذ عام (١٩٩٣م) زادت أهمية شبكة قنوات الجزيرة

(1) [http:// WWW.koora.com/default.asp? Chanel=623.9/5/2013.](http://WWW.koora.com/default.asp?Chanel=623.9/5/2013)

(2) [http:// WWW.gotv.tv/en index? target=en 9/5/2013.](http://WWW.gotv.tv/en index? target=en 9/5/2013)

(3) [http:// WWW.Aljazeera.net 9/5/2013.](http://WWW.Aljazeera.net 9/5/2013)

وقيمتها، وأصبحت تحتل الصدارة في معدل المشاهدة في المنطقة العربية، حيث وصل عدد قنواتها حتى الآن إلى (١٧) قناة، من بينهم قناة باللغة الانجليزية، وقناة للأخبار الرياضية، وعدد (٣) قنوات مفتوحة، وبقية القنوات مشفر، ويقدم من خلال هذه الشبكة أشهر الدوريات العالمية الكبرى مثل (الدورى الإسباني - الدورى الإيطالى - الدورى الفرنسى - الدورى البرازيلى - الدورى الأرجنتيى)، إضافة إلى البطولات القارية والعالمية التى تبثها إلى المنطقة العربية بصورة حصرية.^(١)

٢- شبكة قنوات "أبو ظبى الرياضية" "AD Sports":

هى مجموعة قنوات تعود ملكيتها إلى دولة الإمارات العربية المتحدة، وتم إطلاق أولى قنواتها في فبراير عام (١٩٩٧م)، حيث اهتمت بنقل الأحداث الرياضية المهمة وتقديمها، وبدأت كقناة أرضية، ثم سرعان ما تحولت إلى البث الفضائى المشفر عام (٢٠٠١م)، بعد حصولها على حقوق بث الدورى الإيطالى بصفة حصرية في المنطقة العربية، وهو الذى يشترط البث المشفر لمبارياته، مما جعلها تطلق عديداً من القنوات وصل إلى (٩) قنوات، بينهم ست قنوات مشفرة؛ بسبب حصولها على حقوق بث الدورى الإنجليزي الممتاز لكرة القدم.^(٢)

٣- شبكة قنوات "دبى الرياضية" "Dubai Sports":

هى مجموعة قنوات تعود ملكيتها إلى دولة الإمارات العربية المتحدة تبث من "دبى"، وهى قنوات مفتوحة غير مشفرة، تتميز بانفرادها بحقوق بث الدورى الألماني في المنطقة العربية، وتقوم بنقل أحداثه، إضافة للدورى الإماراتى لكرة القدم، والعديد من الرياضات المختلفة من خلال قنواتها الرياضيتين (دبى الرياضية ١، ٢).^(٣)

٤- قناة الدورى والكأس:-

هى قناة رياضية غير مشفرة، تعود ملكيتها إلى دولة قطر، وأطلقها التلفزيون القطرى في ديسمبر عام (٢٠٠٤م)، لتغطية أحداث بطولة "خليجى ١٧" لكرة القدم، التى أقيمت في الدوحة، وبعد ذلك تقرر تحويلها إلى قناة دائمة، وهى تقوم حالياً ببث العديد من البطولات الرياضية المحلية في قطر، وتعمل على مدار، اليوم

(1) [http:// WWW.Aljazeera.net](http://WWW.Aljazeera.net) 10/4/2013.

(2) [http:// WWW.emi.ae-Emirates Media In](http://WWW.emi.ae-Emirates Media In) 9/5/2013.

(3) [http:// WWW.doubaitv.gov.ae/sports/home.asp](http://WWW.doubaitv.gov.ae/sports/home.asp). 9/5/2013.

وتقدم إضافة إلى المباريات برامج رياضية متنوعة، بين التحليل الرياضى، وبين ذكريات الرياضيين من أرشيف الأحداث الرياضية فى قطر.^(١)

ومن خلال الاهتمام العربى بإطلاق قنوات رياضية، تم إطلاق العديد منها مثل (قناة الكويت الرياضية - قناة السعودية الرياضية - قناة البحرين الرياضية - قناة ليبيا الرياضية - قناة العراق الرياضية)، وتكاد لا توجد دولة عربية إلا ولها قناة فضائية رياضية على الأقل، تقدم من خلالها أحداثها الرياضية للعالم العربى.

ثالثاً: القنوات الرياضية المصرية:-

١- قناة النيل للرياضة:-

هى قناة متخصصة تتبع التلفزيون المصرى، بدأ بثها التجريبى فى مايو عام (١٩٩٨م) بمعدل بث ١٠ ساعات يومياً، وذلك لمواكبة أحداث كأس العالم لكرة القدم بفرنسا، أما البث الرسمى لها فقد بدأ فى أكتوبر عام (١٩٩٨م)، وبدأت بإذاعة مختلف المباريات المحلية والدولية، إضافة إلى برامج التوثيق الرياضى، سواء فى مصر أو فى العالم العربى.^(٢)

ولا تهدف قناة النيل للرياضة إلى الترفيه فقط، بل تستهدف توعية الجمهور بالثقافة والصحة والسلوك الرياضى، وتسعى إلى تحقيق أهدافها من خلال التغطية الحية للأحداث الرياضية، وتقديم نشرات للأخبار الرياضية على مدار اليوم، وتهتم أيضاً بالتعريف بالرياضات الفردية وعرض سير الرياضيين الذين حققوا بطولات وإنجازات.^(٣)

ويعتبر برنامج "إستاد النيل" من أهم البرامج التى تنتجها القناة، ويقدم من خلاله أستوديو تحليلى للمباريات المهمة التى تبثها القناة على الهواء، وعلى سبيل المثال مباريات المنتخب المصرى للألعاب المختلفة، ومباريات الأندية فى البطولات الإفريقية، إضافة إلى مباريات الدورى والكأس، وقد وصل إجمالى ما تنتجه القناة

(1) [http:// WWW.alkhaleej.ae/articles/show_article.cfm?val=214963.9/5/2013](http://WWW.alkhaleej.ae/articles/show_article.cfm?val=214963.9/5/2013).

(٢) نهى عاطف العبد، "علاقة الطفل المصرى بالقنوات الفضائية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٣م) ص ١٩٨.

(٣) وزارة الإعلام، "الإعلام المصرى والألفية الثالثة"، (جمهورية مصر العربية: وزارة الإعلام، ١٩٩٩م) ص ١٠٠.

خلال دورتها البرمجية الممتدة من أول يناير حتى نهاية مارس ٢٠١٠م إلى ٤٩٩ ساعة و ٥٨ دقيقة.^(١)

٢- قناة مودرن أسبورت:-

هى قناة تابعة لشبكة قنوات "CbC" المصرية الخاصة، وتقوم قناة مودرن بيث مباريات الدورى والكأس المصرى، ومباريات المنتخب المصرى، ومباريات الأندية المصرية فى البطولات الإفريقية، وتهتم بإذاعة مباريات دورى الدرجة الثانية والثالثة، وتتمتع القناة بنسبة مشاهدة عالية، نظراً لتقديمها عدداً من البرامج الرياضية التى يقبل عليها الجمهور الرياضى، مثل (مساء الأنوار - كوره النها ردة - حصاد الأسبوع).^(٢)

٣- قناة النهار للرياضة:-

هى قناة تابعة لشبكة قنوات النهار المصرية الخاصة، وتقوم "قناة النهار للرياضة" بيث مباريات الدورى والكأس المصرى ومباريات المنتخب المصرى، ومباريات الأندية المصرية فى البطولات الإفريقية، وتتمتع القناة بنسبة مشاهدة عالية نظراً لتقديمها عدداً من البرامج الرياضية التى يقبل عليها الجمهور الرياضى، مثل (برنامج كوره كل يوم- برنامج شارع النهار - برنامج فى دائرة الضوء).^(٣)

٤- قناة النادى الأهلى:-

هى قناة تابعة للنادى الأهلى المصرى، وقام بيثها فى احتفالية مرور ١٠٠ عام على إنشائه فى عام (٢٠٠٧م)، ليصبح بذلك أول نادى مصرى يمتلك قناة تليفزيونية خاصة به.

وتهتم القناة بتغطية نشاطات النادى، بالإضافة إلى بث مباريات الدورى والكأس المصرى ومباريات المنتخب المصرى، ومباريات الأندية المصرية فى البطولات الإفريقية، وتتمتع القناة بنسبة مشاهدة عالية، نظراً لتقديمها عدداً من البرامج الرياضية التى يقبل عليها الجمهور الرياضى، مثل (ملعب الأهلى - ميديا اسبورت - ملك وكتابة).^(٤)

(1) [http:// WWW.egyptradio.tv/ersal/blank.html](http://WWW.egyptradio.tv/ersal/blank.html) 9/5/2013.

(2) [http:// WWW.Modern sport.tv](http://WWW.Modern sport.tv). 9/5/2013

(3) [http:// WWW.Elnahar sport.tv](http://WWW.Elnahar sport.tv). 9/5/2013

(4) [http:// WWW.Alahly sport.tv](http://WWW.Alahly sport.tv). 9/5/2013

وينظرة إلى عدد القنوات الرياضية المتخصصة في مصر حتى أوائل عام (٢٠١٣م)، نجد أنها لا تتعدى (٤) قنوات، علماً بأن عددها قبل ثورة يناير (٢٠١١م) وصل (١٠) قنوات.

ولكن نظراً للحالة الاقتصادية السيئة التي مرت بها مصر بعد الثورة، وتوقف النشاط الرياضى بعد أحداث مجزرة بور سعيد فى فبراير (٢٠١٢م)، فقد أغلقت العديد من القنوات الرياضية مثل (قناة مودرن كوره - قناة ميلودى اسبورت - قناة زوم اسبورت - قناة دريم أسبورت - قناة وادى دجلة - قناة الحياة الرياضية).

الإعلام الرياضى الدولى :- (١)

هو وظيفة من وظائف المنظمات الدولية، وله أهمية كبيرة فى إطار التفاهم الدولى؛ لأنه يسعى نحو الموضوعية والتفاهم فى حل المشكلات ذات الجوانب الاقتصادية والدينية والاجتماعية، ويجب التركيز على الاتصال الدولى؛ لأن له قوة معنوية كما أنه عنصر مهم فى إدارة الصراع، مثله مثل القوة العسكرية والاقتصادية، واللجوء إلى الدبلوماسية عن طريق نقل المعلومات والأفكار على المستوى الدولى.

العوامل المؤثرة فى الإعلام الرياضى الدولى :- (٢)

هناك العديد من العوامل المؤثرة فى استغلال الإعلام الرياضى الدولى، وتشمل :-

١- إغفال العلاقات الرياضية فى النظام الدبلوماسى، وعلى سبيل المثال عدم وجود ملحقين رياضيين فى السفارات.

٢- العلاقة القوية المرتبطة والمؤثرة بين الرياضة والسياسة، التى تؤثر فى علاقة الدول والشعوب.

٣- يجب دراسة الفلسفات والأيدولوجيات الاجتماعية قبل وضع نظام دولى، واعتبار العلاقات الدولية الرياضية قناة من قنوات الدبلوماسية الدولية.

(١) حسن أحمد الشافعى، "الإعلام فى التربية البدنية والرياضية"، (الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٣م) ط ١، ص ١٥١.

(٢) حسن أحمد الشافعى "التنظيم الدولى للسلوك الرياضى"، "رسالة دكتوراه" (جامعة حلوان: كلية تربية رياضية بنين، ١٩٨٣م) ص ١٥٥.

٤- على المستوى العربي، فإن إقامة الدورات الرياضية العربية بصورة منتظمة، يساعد على تلاقى الشباب العربي وتدعيم التعاون بينهم.

أهداف الإعلام الرياضى الدولى: - (١)

هناك العديد من الأهداف التى يسعى الإعلام الرياضى جاهداً إلى تحقيقها، ومنها:-

١- يعتبر الإعلام الرياضى الدولى وسيلة من وسائل السياسة الخارجية، من خلال المنافسات الرياضية الدولية.

٢- يساعد الإعلام الرياضى الدولى فى تحديد طبيعة السياسة الخارجية والسلامة والتفاهم الدولى، مثل مقاطعات بعض الدول للدورات الأولمبية بسبب الخلافات السياسية.

٣- تأكيد العلاقة القوية بين الرياضة والسياسة، ومن خلالها يمكن استخدام الرياضيين كسفراء لبلادهم.

٤- يسعى الإعلام الرياضى الدولى إلى الاستفادة من الرياضيين داخل دولتهم، فى اكتساب الشهرة والعالمية.

٥- تدعيم العلاقات الرياضية الدولية من جانب، والعلاقات الدولية من جانب آخر، والمساعدة على تخفيف حدة الصراع، ودعم هذه العلاقات باعتبارها أداة من أدوات تدعيم اتجاهات سياسية معينة.

دور الإعلام الرياضى والعلاقات الرياضية سياسياً: - (٢)

يقوم الإعلام الرياضى والعلاقات الرياضية بدور سياسى بين الدول، يتمثل فيما يلى:

١- هو أداة معاونة للمحاولات التى بذلتها الثقافات الاستعمارية، من أجل خلق أسلوب مختلف للحياة، وتكوين ثقافة ذاتية مختلفة عن الثقافة الأم.

٢- استخدام العلاقات الرياضية والإعلام الرياضى فى تأييد قيمة النظام السياسى والاقتصادى والاجتماعى وشرعيته.

(1) Joel Thirer Politics and Protest at The Olympic Games, Sport and International Relations, Illinois, Stapes Publishing Company, 1998.

(٢) حسن أحمد الشافعى "التنظيم الدولى للسلوك الرياضى"، (الإسكندرية: دار منشأة المعارف للنشر، ١٩٨٩م) ص ١٦٢.

٣- النجاح فى الانجازات الرياضية الدولية يكون له دور كبير فى تقدم المجتمع دولياً، وخير مثال على ذلك هو دولة البرازيل.

٤- تعتبر العلاقات الرياضية الدولية قناة اتصال ووسيلة قوية لتقارب وجهات النظر بين الشعوب وبديلاً للحروب الدولية.

٥- إن المستقبل السلمى للشعوب يعتمد على قدرة الدول فى إدارة الإعلام الرياضى الدولى والعلاقات الرياضية بطريقة صحيحة وذات معنى.

وسائل الإعلام الدولى للعلاقات الرياضية :-

هناك العديد من الوسائل للإعلام الرياضى الدولى التى تساعد على توطيد العلاقات الرياضية (وكالات الأنباء الدولية - الصحف والمجلات الدولية - القنوات الفضائية الدولية - الأقمار الصناعية ومواقع الانترنت - الإذاعة والاتحادات الإعلامية الدولية - الوظيفة الدبلوماسية والملحقون الإعلاميون - الوظيفة الدولية والإعلامية للمنظمات الدولية).

إشكاليات الإعلام الرياضى بالتطبيق على الأحداث البارزة :-

لا شك أن الإعلام الرياضى يلعب دوراً حيوياً فى تقدم الشعوب أو انحطاطها، ويُقاس مدى تحضر الدول رياضياً بمدى ما تقدمه من إعلام رياضى راق ومتحضر فى مختلف وسائله المتعددة.

فأصل كلمة "إعلام" تعنى الإخبار وتقديم معلومات فى المقام الأول، و تعريف مصطلح "الإعلام الرياضى" يعنى: "تقديم الأخبار والمعلومات الرياضية الدقيقة والصادقة للناس بكل موضوعية وحيادية، والحقائق التى تساعدهم على إدراك ما يجرى حولهم، وتكوين آراء صائبة فى كل ما يهمهم من أمور وقضايا رياضية".

أما البرامج الرياضية، - سواء كانت رسمية أو خاصة - التى تؤثر فى اتجاهات الرأى العام الرياضى، فمنها ما يلتزم بالأداء المهنى، وهى قلة قليلة تكاد تتدثر، بينما تلجأ الغالبية إلى الإثارة ومعالجة القضايا الجماهيرية الرياضية بأسلوب خاطئ، يميل إلى التناقض والازدواجية أحياناً، لإحداث نوع من البلبلة، بعيداً عن الحرفية، مما يؤدى إلى سقطات البرامج الرياضية وسقطات مقدميها على الهواء مباشرة.

والإعلام الرياضى فى مصر أصبح مهنة من لا مهنة له، وساحة للكثير من المتطفلين الذين لا يمتون له بصلة من قريب أو بعيد، سوى أن أحدهم - مثلاً -

كان لاعب كرة سابقاً أو حكماً أو حارس مرمى، وما علاقة هذا بأن يكون إعلامياً؟

وأحياناً نجد مديراً فنياً لفريق كرة قدم يظهر على الفضائيات لينتقد أداء الفرق الرياضية الأخرى! ليس من الأجدى أن يطبق آراءه على فريقه لينتقله من القاع إلى القمة؟

ولن نقول: من منهم حصل على شهادة جامعية فى تخصص الإعلام؟، فمعظم الإعلاميين الكبار لم يتخرجوا فى كلية الإعلام، فالنهج الأكاديمى فى الإعلام لا ينطبق حقيقة على أرض الواقع، وبعض هؤلاء لا يتقن الإنجليزية أو حتى العربية، ولا يقرأ ولا يطلع، ولا يعلم نفسه، ولا يعرف أهمية مهنته.

ونلاحظ زيادة عدد البرامج الرياضية فى القناة الرياضية، حيث ما تكاد تنتهى من برنامج رياضى حتى يبدأ الآخر، وكله فى كرة القدم، وانتقادات، وجميع من يقدمون هذه البرامج كانوا لاعبين كباراً، ولكن هذه البرامج تعمل وفق حسابات أخرى، فعضو مجلس إدارة اتحاد الكرة يظهر فى برنامج لينتقد زملاءه، وهم بدورهم لهم برامج أخرى للرد، وهكذا تسير الأمور، وتم إهمال الرياضات الأخرى التى تستحق فعلاً الاهتمام الإعلامى، وأن يتم تسليط الضوء عليها، ولا يعنينا فيها انتقال لاعب من ناد إلى ناد آخر، أو حارس مرمى ومشاكله حتى تصبح حديث المدينة، وأخيراً لاعب بمنتخب مصر تضع صديقه مولوداً فى إحدى الدول الأجنبية، ولا ندرى هل هى زوجته أم لا؟ فأية قدوة لشباب هذا البلد ليتم تصعيدها إعلامياً فهل هذا فى مصلحة الإعلام الرياضى أو حتى فى مصلحة الرياضة المصرية؟ هل نجد ما يحدث عندنا فى البرامج الرياضية الأخرى فى الدول العربية؟

لقد أصبح التنافس القوي بين البرامج الرياضية من أجل جذب المشاهد إليها، والفوز بأعلى نسبة من المشاهدة، ما دفع هذه البرامج إلى استخدام كل الطرق، سواء كانت مشروعة أو غير مشروعة، حتى تحقق العائد المادي الأكبر، وتجذب عدداً أكبر من المشاهدين إليها، وهذا التنافس دفع مقدمي البرامج لتسوية خلافاتهم الشخصية على الهواء أمام المشاهدين، يظهر كل منهم بعد ذلك للرد عليه عبر برنامجه، وأصبح الوسط الرياضي الإعلامي أشبه بساحة فضاء، امتلأت بأشخاص تميزوا بالحق والغيرة وعدم احترام المشاهد أو الرسالة، التي يقدمها، حتى أصبحوا خطراً على الرأي العام. وفي كل برنامج نجد من يخلق أزمة ويشعل

النار فيها، وبدلاً من إخماد توتر الشارع الرياضي وعصبيته، نجد من يزيد الحالة سوءاً، واتخذ البعض مثل هذه البرامج لتصفية الحسابات وإلقاء الاتهامات دون دليل، وتجاوز في حقوق الغير باللفظ والقول.

لقد نجح مقدمو البرامج الرياضية الذين لم يجدوا مكاناً في وظائف التدريب أو المناصب الإدارية في خلق المشكلات، وتضخيمها بدافع من الوطنية المزيفة، فأثاروا الجماهير عقب مباراة مصر والجزائر الشهيرة؛ ثم عادوا بوجه آخر بعد فترة يطالبون بالتهدة، وأن الجزائر دولة شقيقة ولا يصح أن تفسد العلاقة بين الشعبين بسبب الرياضة، التي من المفترض أن تجمع الشعوب لا أن تفرقها، رغم أن منهم من قال على الجزائر: إنها "بلد المليون لقيط"!!!

ومعظم هؤلاء من مقدمى البرامج الرياضية لم ينجحوا في التخلص من الانتماء المقيت لأنديتهم السابقة، فانبروا يدافعون عنها في كل مناسبة، ويهاجمون المنافسين على الدوام، ويبحثون باستمرار عن قضايا الإثارة التي نجحت في إشعال نار التعصب بين الفرق الكبيرة، بدلاً من الاهتمام بقضايا الرياضة المصرية وإيجاد حل لمشكلاتها المستفحلة.

كما تفرغ آخرون للكشف عن الصفقات السرية للأندية التي لا يعرف بها سواهم، ونرى مقدم برنامج يدافع عن مكانه وكيانه في اتحاد الكرة، وآخر يتفرغ لعمل دعاية انتخابية من خلال برنامجه، وآخر يتفرغ لقراءة رسائل الشكر والمديح من مشاهديه من جميع المحافظات، وآخر يفرد برنامجه لسماع أغان لناديه المفضل.

هؤلاء جميعاً يتقاضون الملايين، بينما بقية العاملين في المحطة نفسها لا يتقاضون سوى جنيهاً قليلة، من قنوات لا تحقق أى مكاسب مادية لأصحابها، مما يفتح باب الشك في تلك القنوات وأصحابها من رجال الأعمال، ومنهم مرضى الظهور الإعلامى.

أما مقدمو البرامج، فهم نجوم كرة سابقون، يتمتعون بقدر من النجومية، ولكن يفتقرون للاحترافية الإعلامية من خلال القدرة علي العرض والتحليل وجمع المعلومات والتغطية الإخبارية، بالإضافة إلى أخلاقيات المهنة التي تتكون من الصدق واحترام الخصوصية واحترام الذوق العام. هؤلاء لا يعتمدون علي عنصر المهنية، بل الشهرة فقط، مما أدى إلى التضحية بكل جوانب المهنة الإعلامية.

ولقد شهدت الساحة الرياضية المصرية العديد من الأزمات في الفترة الأخيرة، ولعب الإعلام الرياضي بطبيعة الحال دوراً بارزاً في إشعالها، ولعل الأزمة الشهيرة بين مصر والجزائر أبرز مثال لذلك بعدما اشتعلت نار الفتنة بين البلدين، بسبب مقامي البرامج، قبل لقاء المنتخبين في تصفيات كأس العالم ٢٠١٠م، وما بعدها.

إن دور مقدم البرنامج في الإعلام الرياضي تتمثل في محاورة اللاعبين والمسؤولين "النجوم"، ولكن ما يحدث الآن أن مقدم البرنامج أصبح هو النجم الذي يسيطر علي معظم أوقات البرنامج بمفرده، لتحليل الأحداث الرياضية والسياسية أيضاً من وجهة نظره الشخصية.

وشهدت الأيام الماضية تحركات من هيئة الاستثمار تجاه هذه البرامج، حيث وجهت إنذارات إلى عدد من القنوات الفضائية الرياضية أو القنوات العامة التي تقدم برامج رياضية، وطالبت هيئة الاستثمار بتقديم مذكرات رسمية من لجنة تقييم البرامج الرياضية بماسبورو، برئاسة الدكتور/ فاروق أبو زيد، التي تقوم بمتابعة كل البرامج الرياضية علي الفضائيات المختلفة، لرصد الأخطاء والتجاوزات التي تصدر من مقدميها.

هناك إشكاليات عديدة مر بها الإعلام الرياضي منذ مباراة "أم درمان" الشهيرة بين مصر والجزائر، التي حشد لها الإعلام كل قواه، وخرجت فيما يشبه المعركة الحربية، ونجح الإعلام في خلق حالة من التوتر بين البلدين الشقيقين، وكشفت تلك المباراة عن أن الإعلام لم يعد مجرد ناقل للحدث، وإنما أصبح مشاركاً في صنعه، وفي أحيان كثيرة يكون صانعاً له، متناسياً دوره في توجيه الرأي العام، ونبذ التعصب الرياضي الذي يسهم بشكل كبير في تفتيت وحدة أبناء الوطن الواحد.

لقد جاءت ليلة الأربعاء ٢٠١٢/٢/١م الدامي في بورسعيد، لتضع الإعلام الرياضي من جديد في قفص الاتهام، لإثارته الفتنة بين جماهير كرة القدم، وتحويل المستطيل الأخضر إلى ساحة معارك تستباح فيها الدماء، بعد أن تحولت برامجها إلى محطات وقود لإشعال النيران بين "التراس" الأندية.

وقد تأكد ذلك عقب أحداث مباراة الأهلي والمصري، التي قدمها الإعلام باعتبارها معركة حربية وليست مجرد مباراة كرة قدم، وكشفت أن مذييعه لم يستفيدوا من التجارب السابقة، وواصلوا مسيرتهم في تأجيج الفتنة، ونشر التعصب

الأعمى بين الجماهير، ولقد اختلفت الآراء بين من يحمل الإعلام الرياضى المسؤولية الكبرى عن حالة الانفلات الجماهيرى، ومن يبرئ ساحته من هذا الاتهام.

لقد أكدت الدكتورة "ماجى الحلوانى" عميدة كلية الإعلام السابقة أن البرامج الرياضية حالياً تعتمد على الإثارة والمصالح الشخصية فقط، وابتعدت كثيراً عن دورها فى تنمية الروح الرياضية وإلقاء الضوء على الألعاب الرياضية المختلفة، وأنها لا تمثل الرياضة فى شئ، وتسير من سيئ إلى أسوأ، خاصة أنها ابتعدت عن الحيادية وإلقاء الضوء على الموضوعات المهمة التي تهتم مشجعي الرياضة بعامة وكرة القدم بخاصة، وتعطي أكثر أوقاتها للأزمات والخلافات الشخصية، وتتمنى أن تتحرك وزارة الإعلام وهيئة الاستثمار للوقوف ضد هذه البرامج الرياضية السيئة وإيقافها، في حالة تكرار هذه التجاوزات، لاسيما أن الأطفال والشباب والشابات يسمعون ألفاظاً خارجة في هذه البرامج.^(١)

أما الدكتور "محمود علم الدين"، أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة فيرى - مؤكداً - أن منظومة الإعلام الرياضى تحتاج إعادة تقييم مهني، ويضيف قائلاً: فكنا مازلنا نتذكر دور الإعلام فى مباراة الجزائر، ولا يوجد شك فى أن الشحن الذى يمارسه البعض - قبل المباريات وبعدها وفى أثناء الاستديو التحليلى - أدى بشكل عام إلى تحويل الموضوع من مجرد أنه رياضة قائمة على التربية وخلق القيم التنافسية الشريفة والترويج عن الناس، إلى قضية حياة أو موت، حتى وصل الأمر إلى مذبحه بين الجماهير فى مباراة الأهلى والمصرى ببورسعيد.

وأضاف: إذا كنا نتحدث عن أخلاقيات ومعايير، فإن أحوج الناس لأن يكون لديهم "ميثاق شرف" هم الإعلاميون الرياضيون؛ لأن الرياضة فى الأساس تقوم على الأخلاق، وما حدث فى بورسعيد مرتبط بالأحداث السياسية الجارية، حيث اختلط الحدث الرياضى بالسياسى وأصبح الموضوع أكبر من كونه تغطية رياضية، وإذ ظهر أن هناك نوعاً من التسييس.

يجب أن تخضع القنوات الرياضية للتقييم؛ لأن هدف القناة الرياضية فى المقام الأول أن تقدم رؤية وتغطية للحدث الرياضى، وأن تقدم دروساً مستفادة منه، لكننا للأسف لم نصل إلى ذلك، وحتى لم تصبح الرياضة نفسها جاذبة للسياحة، كما

(١) مقابلة مع الدكتورة ماجى الحلوانى عميد كلية الإعلام السابق بمكتبها بإتحاد كرة القدم المصرى فى ٢٠١٢/٧/٥.

يحدث في أمريكا، فالرياضة هناك تمثل دخلاً اقتصادياً يحتل رقم ١٦، بينما الإعلام الرياضى عندنا مازال يختزل الرياضة كلها في كرة القدم، رغم أن أغلب البطولات التي تحققتها مصر تكون في اللغات الأخرى.

وأضاف: من الواضح أن الإعلام به نوع من الاستقطاب لبعض فرق الكرة، وأصبح بمثابة "المقصلة" ولا يجب أن نتركه في يد أشخاص لا يتحملون المسؤولية.^(١) ويؤكد الإعلامي "حسام فرحات" أن الإعلام يتحمل جزءاً من المسؤولية في الكارثة، مشيراً إلى أن الترشق بين القنوات أدى إلى وجود مخزون من التعصب ومشاعر حقد دفينه لدى جماهير الكرة، ويضيف قائلاً: ولا أستطيع تصديق ما حدث ليلة مباراة الأهلي والمصري، فهذه ليست تصرفات جماهير كرة القدم، لكنها أفعال وحشية، وأعتقد أن ما أدى إلى وجود مثل هذا الوضع هو انعدام وجود الرقابة على الإعلام الرياضى، فنحن في أشد الحاجة إلى وجود رقابة على غرار مؤسسة «سير» في الولايات المتحدة، على أن يكون لهذه المؤسسة الرقابية جميع الصلاحيات لوقف قنوات وتغريم أخرى تخرج عن الإطار المهني؛ لأن هناك أخلاقيات لا بد أن تتبع.

وأضاف: هناك مرضى نفسياً يجلسون على الكراسى أمام الكاميرات، ويدفعهم الحقد للتحدث بكلام عجيب، وهو ما ساعد على وجود ضغائن لدى جماهير الأقاليم، خاصة مدن القناة، وأن بعض المباريات كانت تنبئ بوجود أحداث كارثية، مثل مباراة "كيما أسوان" و"الأهلي" ومباراة المحلة والأهلي، ومباراة الزمالك والأفريقي التونسي، موضحاً أنه تم تجاهلها، ليجلس الجميع بعدها ليترحموا على ما حدث دون حساب أحد^(٢).

ويقول الإعلامي "حمدي الكنيسي" مؤكداً: أن الإعلام أصابه ما أصاب الحياة في مصر من انفلات، والمشكلة الأكبر أن الإعلام الرياضى ارتكب أخطاء حتى قبل الثورة، فلا ننسى أحداث مباراة مصر والجزائر، والتحريض الذي حدث فيها، دون أى اعتماد على أى بيانات حقيقية، ولكننى ضد التعميم، لكن هذا لا ينفي أن هناك نسبة كبيرة من الإعلام لا تهتم بالخلفية السياسية والثقافية والرياضية،

(١) مقابلة مع الدكتور محمود علم الدين وكيل كلية الإعلام بمكتبه بكلية الإعلام بتاريخ ٢٠١٣/١/١١.

(٢) مقابلة مع الإعلامي حسام فرحات رئيس قناة النيل للرياضة السابق بتاريخ ٢٠١٣/٤/٢٥.

فهم يسعون للإثارة التي تصل إلى حد التحريض حتى لو كان ذلك بحسن نية،
والنتيجة في النهاية تكون مؤسفة.^(١)

ويبدي الإعلامي "عبد الفتاح حسن" - نائب رئيس قطاع القنوات المتخصصة
وعضو لجنة تقييم الأداء المهني للبرامج الرياضية - استياءه الشديد لما يجري حالياً
داخل الإعلام الرياضي، مشيراً إلى أن الإعلان سيطر على الإعلام، ويوجه بشكل
كبير جداً، أى إن مقدمي البرامج يهتمون بالأزمات والمشكلات وإشغال الفتن،
دون النظر إلى أهمية الموضوع نفسه.

ويضيف قائلاً: الإعلام دوره الرئيسي هو التوجيه والتوعية، ولا بد أن يتمسك
بالمثل والمبادئ، موضحاً أن الاختلاف ليس معناه السب والقذف، وهو الأسلوب المتبع
الآن في أغلب البرامج الرياضية، وأن تحقيق العائد المادي من الإعلانات أهم
كثيراً - عند أصحاب القنوات ومعدّي البرامج وأيضاً المقدمين والمذيعين - من
دورهم الإعلامي، والضحية الوحيد هو المشاهد.^(٢)

ويؤكد الإعلامي "هشام رشاد" مدير البرامج الرياضية بالتلفزيون المصري قائلاً
إنه يجب أن نفرق بين الإعلام الرسمي والإعلام الخاص، فهناك فضائيات خاصة
وقنوات تتبع التلفزيون المصري وهى التى تنقل المباريات، ولا يوجد بها أى تجاوز أو
تحيز، كما أن التلفزيون المصري لا يمتلك برامج رياضية يمتد وقتها إلى أكثر من
٤ ساعات لكى يشحن من خلالها الناس ضد بعضها، فأقصى مدة متاحة للبرامج
عندنا لا تزيد على ساعة، نحاول خلالها أن نضع جميع الأخبار الرياضية دون
تعصب أو تحيز.

ويضيف قائلاً: إن الإعلام بشكل عام والإعلام الرياضى بشكل خاص، أصبح
لديه مساحة كبيرة من الحرية، وأصبحنا نواجه أخطاءنا ونظهر السلبيات
والإيجابيات، وأنه لا يحمل الإعلام الخاص كل المسؤولية؛ لأن القنوات الرياضية
فى الفترة الماضية لم تتحز للألتراس مثلاً، ولم تهاجمه، موضحاً أن الشحن موجود
بالفعل فى نفوس الجماهير، وأن ما حدث فى "بورسعيد" يرجع للاحتقان الموجود فى
نفوس جماهير المصري منذ فترة طويلة، ولم يستطع أحد إخراجه إلا فى ظل حالة

(١) مقابلة مع الإعلامي حمدى الكنيسى فى النادي الأهلى بتاريخ ٢٠١٣/١/١٠.

(٢) مقابلة مع الإعلامي عبد الفتاح حسن رئيس قناة النيل للرياضة بتاريخ ٢٠١٣/٤/٢٥.

الانفلات الأمنى التى نعيشها، ولدى اقتناع بأن ما حدث مجرد «شغل كوره» وليس سياسة.^(١)

وتؤكد الإعلامية الدكتوراة "درية شرف الدين" قولها: إننا لو ألقينا كل شىء على الإعلام سنخلق فى عالم افتراضى غير موجود، فما يحدث هو شىء واقعى، موجود بالفعل فى الشارع المصرى، وبالتالي يعلق عليه الإعلام، ومن الممكن أن يزيد من حدته أو يقلل منه، لكنه - فى النهاية - يتحدث عن شىء موجود بالفعل.

وتضيف قائلة: قد يسهم الإعلام فى تأجيج المشاعر، لكن ليس معنى هذا أنه يتسبب فى وجود المشاعر أو يخلق الأحداث؛ لأن الحدث يتم خلقه فى الشارع ثم يأتى دور الإعلام وأشياء أخرى كثيرة لتبلور هذا الحدث، ويجب ألا نعلق كل ما يحدث على الإعلام؛ لأنه ليس كل من يتابع الإعلام هو من يحرك الشارع.^(٢)

أما المعلق الرياضى "ميمى الشربيني" فيقول: إن الإعلام ليس له علاقة بالأحداث الدامية فى بورسعيد، والسؤال الأهم هو كيف مات هؤلاء الشباب؟ وبأى طريقة، فالموضوع فيه نوع من الغموض؛ لأن الملاعب طوال تاريخنا الرياضى تشهد صراعات، سواء بين الأهلى والزمالك، أو الأهلى والإسماعيلى، أو الأهلى والمصرى، وكان التعبير عن الغضب يظهر فى تكسير سيارات، وليس فى قتل المشجعين، ومنذ بداية الكرة فى مصر ونحن نعلم أن هناك توجهات فى الإعلام وتحيزاً لطرف دون الآخر، لكن الأمور لم تصل أبداً إلى هذا الحد، والإعلام المرئى لم يكن الوحيد الذى ينحاز، فقد كانت هناك مجالات مثل "الأهلاوية" و"الزملكاوية"، ولكن لم يصل التوجه إلى هذا الحد البشع من المجازر.^(٣)

ويقول الإعلامى "مصطفى حسين"، رئيس قناة النيل للرياضة السابق: إن الإعلام يطرح كل ما هو متاح وموجود بالفعل، ولا يطرح وجهات نظر إلا فى حدود قليلة، وأعتقد أنه عرض الأمور فى إطارها الحقيقى، والإعلام لا يستفيد من إشعال الفتنة، والاهتمام بالألتراس جاء لأنهم أغلبية، ومن الطبيعى أن يكون ظهور الناس على الفضائيات خاضعاً لأهميتهم وتأثيرهم وعددهم، وإذا كان هناك بعض

(١) مقابلة مع الإعلامى هشام رشاد رئيس البرامج الرياضية بالتلفزيون المصرى بتاريخ ٢٧/١٢/٢٠١٢.

(٢) مقابلة مع الإعلامية درية شرف الدين رئيسة التلفزيون السابقة بتاريخ ٣٠/٩/٢٠١٢.

(٣) مقابلة مع المعلق الرياضى ميمى الشربيني فى النادى الأهلى بتاريخ ١٠/١٢/٢٠١٣.

القنوات استغلت الحدث فيجب محاسبتها، لكن التعميم مرفوض، فليس كل الإعلام مخطئاً، فعندما يحدث جديد على أى مستوى بعيداً عن الرياضة، فإن الإعلام بوسائله المختلفة يتناوله؛ لأن هذا من صميم وظيفته.^(١)

إن حيثيات الحكم في قضية أحداث إستاذ بورسعيد تحمل اتهاماً صريحاً للإعلام الرياضي، وتظهر تبرئة لأهالى شعب بورسعيد، وتؤكد بنصها: ما إن علم شعب بورسعيد الحر الأبى بالواقعة، حتي هبوا عن بكره أبيهم يجوبون الشوارع والميادين بحثاً عن هؤلاء الجناة العتاة لضبطهم وتسليمهم للعدالة.

وتطرقت الحيثيات للإعلام الرياضي، حيث أضافت المحكمة: إنه أسهم في ذلك إعلام رياضي تسلل إليه - علي حين غفلة من أهله - من هم غير متخصصين، فكل من مارس الرياضة يوماً، أو لم يمارسها، زاول مهنة الإعلام الرياضي بجميع وسائله، ودون أن يكون مؤهلاً علمياً، أو أكاديمياً لممارسة هذا العمل الخطير!!

انتهت هنا حيثيات الحكم ولا تعليق أبلغ من ذلك علي ما يحدث في الساحة الإعلامية حالياً.. ليس علي المستوي الرياضي فحسب.

ولكن في المجال السياسي كله بعد أن أصبحت مهنة الإعلامي.. مهنة من لا مهنة له.

هل هبطت لغة الحوار في الإعلام المصري نتيجة لتراجع الدور الريادي؟ أم أن الإعلام الرياضي المصري به الكثير من التجاوزات التي تحتاج إلى تدخل عاجل من المسؤولين؟ ما الحلول في ظل «حمى الفضائيات» والصحف الرياضية التي بات عددها يصل إلى أرقام مخيفة؟ كل هذه التساؤلات قام الباحث بطرحها على نخبة من خبراء الإعلام والصحافة المصرية.

اعترف الناقد الرياضي "حسن المستكاوي" بوجود «تتابز» في بعض القنوات الرياضية المصرية، ولكنه أكد أن الأمر ليس مقصوراً على مصر فقط، بل على غالبية البرامج الرياضية في القنوات الرياضية العربية، مشدداً على أن سبب انهيار منظومة الإعلام في الوطن العربي هو غياب المعنى الحقيقي للرياضة، متسائلاً كيف يكون تعداد سكان الوطن العربي ٣٠٠ مليون ولا يحرزون إلا ١٠ أو ١٥ ميدالية أولمبية؟^(٢)

(١) مقابلة مع الإعلامي مصطفى حسين الرئيس السابق لقناة النيل للرياضة بتاريخ ٢٠١٢/٨/١٥.

(٢) مقابلة مع الناقد الرياضى حسن المستكاوي رئيس القسم الرياضى بجريدة الشروق بتاريخ ٢٠١٢/٩/٣٠.

ويرفض الناقد الرياضي "فتحي سند" ما يتردد حول انهيار الدور الإعلامي المصري وضياع الريادة، مشيراً إلى أن مصر هي الرائدة في الإعلام العربي من دون شك، ولا يمكن استغلال هبوط لغة الحوار في بعض القنوات الرياضية للإساءة إلى مكانة الإعلام المصري.

وأكد أنه يوجد بالفعل انفلات في بعض القنوات الرياضية المصرية نتيجة المصالح والصراعات والأهواء الشخصية، ولكن لا بد أن ينتبه العقلاء إلى خطورة هذه المسألة، ويقفوا وقفة حازمة للتصدي لمثل هذه التجاوزات التي ستضر في النهاية بمصلحة الرياضة المصرية.^(١)

ويؤكد الناقد الرياضي "جمال الزهيري" أن الإعلام الرياضي في جميع دول العالم به الرديء والجيد «لذا يجب ألا نعمم الزعم أن الإعلام الرياضي المصري انهار، وأن لغة الحوار به هبطت، لمجرد وجود تجاوزات في قناة أو صحيفة».^(٢)

ويؤكد الناقد الرياضي "عصام عبد المنعم" أن «المهنية الإعلامية» صارت ضحية لغياب الضوابط في بعض المواقع الإلكترونية والصحف والقنوات الرياضية الخاصة، مشدداً على أن الصحافة الرياضية «المتلفزة» بشكل خاص تفتقد المهنية بشكل صارخ، نتيجة تركيز هذه القنوات على التسويق الإعلاني، بجلب لاعب سابق يقدم برنامجاً، وهو في الأساس بأدنى تعليم، ولم يسبق له أن واجه الكاميرا، فيجد اللاعب نفسه أمام الملايين.

وانتقد "عبد المنعم" تركيز القنوات الرياضية الخاصة على السلبيات فقط، مؤكداً وجود برامج تتحدث عن السلبيات، وإن لم تجد تفتل، بل وتصعدها لإثارة مشكلات بين أطراف نتيجة خصومات شخصية، وهو ما يفقد بعض هذه القنوات الثقة بها، إذ تكشف عن ميولها أحياناً، أو تصفيتها للحسابات أحياناً أخرى.

وقال: "هنا تغيب قيمة الإعلام الحقيقي الذي يبحث عن الحقيقة وبيروز الإيجابيات والسلبيات، وأختلف كثيراً مع عدد من المسؤولين عن هذه البرامج نتيجة عدم موضوعيتهم، فيما لا نجد ذلك في الإعلام الرسمي المصري الرصين، الذي يعمل وفق منظومة محترمة نادراً ما تشوبها تجاوزات".^(٣)

(١) مقابلة مع الناقد فتحي سند الصحفى بجريدة أخبار اليوم بتاريخ ١٥/١٠/٢٠١٢.

(٢) مقابلة مع الناقد جمال الزهيري الصحفى بجريدة أخبار اليوم بتاريخ ١٥/١٠/٢٠١٢.

(٣) مقابلة مع الناقد الرياضى عصام عبد المنعم الصحفى بجريدة الأهرام بتاريخ ٢٩/١/٢٠١٢.

ويرفض الإعلامي "أشرف محمود" ما يردده البعض بفقد الإعلام المصري الريادة أو اتهامه بهبوط لغة الحوار، مؤكداً أن الريادة لا تفقد، وتصدر مصر الإعلام العربي سيظل لسنوات عدة؛ نظراً إلى امتلاكها طاقات بشرية هائلة من أبنائها الإعلاميين، الذين يحتلون مواقع الصدارة في عدد كبير من المناصب الإعلامية المرموقة في الوطن العربي.

وأكد "محمود" أن الحكم على منظومة الإعلام المصري من خلال بعض القنوات الفضائية، هو نظرة ضيقة جداً وقياس يفتقد الكثير من الدقة والموضوعية، فالمدرسة الإعلامية المصرية تضرب بجذورها في أعماق التاريخ.

وانتقد "محمود" بعض القنوات المصرية الخاصة التي تضع مذيعين ومذيعات في مواقع أكبر من قدراتهم، مشيراً إلى أن بعض القنوات لا تدرب مذيعيها وكوادرها الفنية بالقدر الذي يمكنهم من مواجهة الكاميرا، وتطبيق المعايير الإعلامية الرصينة التي يلتزم بها الإعلام الحكومي المصري، الذي يفرز نجوم الصف الأول في الإعلام المصري، الذين يحتلون حالياً مراكز قيادية وأتيح لهم الفرصة.^(١)

وشن الناقد الرياضي "أيمن أبو عايد" هجوماً لاذعاً على القنوات الرياضية المصرية، ووصفها بأنها «إعلام مهاترات»، مؤكداً أن معظم البرامج تفتقد الذوق، ولا تقدم معلومة مفيدة، كما أن المسئولين عن هذه القنوات يفتقدون قواعد العمل الإعلامي الذي يتعامل مع الأحداث بحسب قدرها، فتجد بعض القنوات ترسم صورة سوداء عند الهزيمة متناسية أن الرياضة فائز وخاسر، ثم ترسم القناة ذاتها صوراً زاهية وتقيم الأفراح عند الفوز الذي ربما جاء نتيجة ضربة حظ، وهنا لا نجد المعايير المهنية التي يجب أن يلتزم بها الصحافي أو الإعلامي.

ويؤكد "أبو عايد" أن معظم القنوات الرياضية المصرية جمعت الدخلاء على الإعلام، لذا فإن لغة الحوار في معظم البرامج هابطة، وبعيدة تماماً عن المضمون الذي يقدم من أجله البرنامج، مشيراً إلى أن كثيراً من البرامج مخصصة لمهاجمة أشخاص بعينهم، وبعض المذيعين يستخدم البرنامج إما لتحقيق مصالح شخصية، أو للهجوم على منافس له، فضلاً عن الهجوم على رموز الإعلام الرياضي، ووصف البعض لهم بأنهم لا يفهمون شيئاً - كما قال إعلامي مشهور - أو كما اتهمهم البعض بتهم غريبة، لافتاً إلى أن المحصلة النهائية هي نتائج سلبية لا يحصدها إلا

(١) مقابلة مع الإعلامي أشرف محمود رئيس تحرير الأهرام العربي السابق بتاريخ ٢٠١٣/٢/١٠.

الوسط الرياضي بأسره، وقد تابعتنا جميعاً أحداث المنتخب الأخيرة وما شاب أزمة جنوب إفريقيا من لغط ولبس كبيرين، ومن دون شك أسهم الإعلام الرياضي وبعض القنوات في تصعيد الأزمة عامدة متعمدة، لأغراض ما في نفسها، البعض يتعلق بالمنافسة وبعضها بمصالح شخصية، أي أن «لعبة المصالح» هي التي صارت تدير هذه القنوات التي تؤدي إلى نتائج سلبية تضر بالكرة المصرية وجميع اللعاب.^(١)

وكأننا لا نتعلم من تجاربنا، وكأننا لم نندم على ما اقترفته ألسنتنا، فأشعلنا حرباً بين بلدين وشعبين من أجل مباراة في كرة قدم، وكأننا لم نكتشف ونتأكد أن دعاة الدمار واستمرار الفساد أصبحوا يستثمرون هذه المباريات ليضربوا ضربتهم في جدار هذا الوطن.

بعد فوز شبابنا على منتخب الشباب الجزائري الشقيق في عمر دارهم ضمن البطولة الأفريقية، وتمكنهم من حسم تأهلهم لنهائيات كأس العالم، وبدلاً من الفرحة بتلقي التهاني التي كانت أولها من الجانب الجزائري نفسه، تركت بعض فضائيات كل المواقف الرسمية، ووجدوا ضالتهم في تصرفات بعض الخارجين عن الروح الرياضية، وصوروهم على أنهم هم الشعب الجزائري ويمثلون المسؤولين الجزائريين، والهدف هو ربما ينجحون مرة أخرى في إشعال فتيل أزمة جديدة بين البلدين.

الأمر على هذا النحو لا يخرج عن احتمالين لا ثالث لهما، هذا التصرف الإعلامي إما صادر عن عدم إدراك ووعي من أصحابه، أو متعمد وصولاً لتحقيق أغراض بعينها، وفي كل هو تصرف غير سليم، ويدعونا مجدداً للمطالبة بوضع ضوابط قانونية، لا تمكن أي إعلامي من تنفيذ أي مخطط قد يضر بهذا الوطن.

إن الإعلام الرياضي لدينا بلا ضوابط، فتحول من قوى ناعمة تسبح في نهر المصالح القومية، إلى قوى "عامية" تعوم على عوم أصحاب المصالح الخاصة، والإعلام الرياضي لا يتقرد بذلك وهو ضمن منظومة إعلامية يتحكم فيها ويسيطر عليها رجال أعمال، يقومون بصرف الملايين على أبواب إعلامية لا طائل مادياً من ورائها.

(١) مقابلة مع الناقد أيمن أبو عايد الصحفى بجريدة الأهرام بتاريخ ٢٩/١/٢٠١٣.

العلاقة بين الإعلام الرياضى التليفزيونى وروابط التشجيع الألتراس :-

يعانى الإعلام الرياضى أزمة حقيقية منذ وقوع كارثة إستاد بورسعيد حتى الآن، ومن يقول غير ذلك لا يعيش على أرض الواقع، أو أشبه بالنعام الذى يدفن رأسه فى الرمال.

إن الإعلام، بعامه، حدث به انفلات بسبب محاولته إرضاء الشارع، والجري وراء الإثارة بحثاً عن النجومية والشهرة، والإعلام الرياضى يتحمل المسؤولية الكبرى بسبب تغطيته أنشطة الألتراس، دون محاولة ترشيدهم، واستثمار نشاطهم وحماسهم، ولفت أنظارهم إلى وجود عناصر مندسة بينهم.

ومن أخطاء الإعلام الرياضى إثارة الجماهير، حتى تحولت المباريات إلى ما يشبه المعارك، رغم أن مستوى كرة القدم فى مصر لا يستحق أى اهتمام، مقارنةً بمستوى الكرة فى الخارج، وهذا ما يعرفه الإعلاميون، ولذلك افتقد الإعلام الرياضى الرسالة الحقيقية الممثلة فى التركيز على الروح الرياضية والمفهوم الصحيح للفوز والهزيمة، أو على التحليل الموضوعى للحكام والمباريات.

ولو كان هناك ميثاق شرف إعلامى، وتقييم لما يصدر عن الشاشات والإذاعات، ما كنا وصلنا إلى هذا المستوى المتردى الذى مزق قلب مصر، وكاد أن يفقدنا قيمة أعظم إنجاز فى تاريخنا المعاصر وهو ثورة ٢٥ يناير. وللأسف فإن الإعلام الرياضى يقع فى الأخطاء نفسها، وأعتقد أنه كان وراء تحريض جماهير الألتراس على مهاجمة وزارة الداخلية، فلم يكن للفضائيات الرياضية أى دور فى توجيه هؤلاء الشباب.

وما لم يكن هناك تحرك واسع على كل المستويات الرسمية والشعبية، لاقتلاع آفة التعصب والغضب والمعالجة الإعلامية الخاطئة، التى أصبحت مهيمنة على قطاع كبير من جماهير كرة القدم، والإعلام الرياضى، فيمكن أن نجد أنفسنا نكرر المأساة نفسها مرة أخرى بشكل أفظح.

فإذا كان ذلك فى أوساط الجماهير، فإن الصورة لم تختلف كثيراً فى الإعلام الرياضى، وبخاصة الفضائى الذى لم يتعلم درس أزمة مباراة مصر والجزائر، وتسبب فى أزمة سياسية، وكاد يقع فى الفخ ويكرر الأزمة نفسها عقب النهائي الإفريقي وفوز منتخب الشباب باللقب.

ويبدو أن التساؤل الذى يطرحه المحللون عادة حول إمكان تحول الألتراس إلى

قوة سياسية منظمة في الشارع، بعد عمليات الحشد والاشتباك مع الأحداث السياسية في الآونة الأخيرة، يحتاج إلى محاولة لفهم طبيعة تلك التكوينات الجديدة في المجتمعات العربية، خاصة أن ثمة أبعاداً نفسية وقيمية وسلوكية، ربما تشكل عائقاً أمام تحول تلك الروابط من التشجيع إلى الانخراط في العمل السياسي أو الحزبي، وإن كان ذلك لا ينفي أنها أصبحت حركة احتجاجية استفادت من تغييرات ما بعد الثورات.

إن ذلك الجدل حول الدور السياسي لـ"الألتراس"، جاء على خلفية انتقال روابط المشجعين من مربع الإعلام الرياضي إلى مضمار السياسة، في ضوء ظهورها في مناسبات ثورية عدة في مصر، بدءاً من أحداث ٢٨ يناير ٢٠١١م إبان الثورة، مروراً بأحداث "موقعة الجمل"، إضافة إلى أحداث "محمد محمود" ومجلس الوزراء، وصولاً لموقعة إستاذ بورسعيد المعروفة إعلامياً "بمجزرة بورسعيد"، وتبعات الأحكام القضائية بشأنها.

ولا يمكن فهم سلوك الألتراس بمعزل عن أعدائها الثلاثة، الذين يشكلون حافزاً للاحتجاج أكثر من الانخراط في العمل السياسي بمعناه المنظم والتفاوضي، وهم: (الإعلام - الأمن - سياسات الكرة الحديثة)، فغالباً ما تكون علاقة "الألتراس" متوترة مع الإعلام، كنتيجة لما يعتقد أفراد تلك المجموعات من أن وسائل الإعلام تمارس تحريضاً إعلامياً ضدهم، باعتبارهم فوضويين، وتحميلهم مسئولية شغب الملاعب.

ويمكن إرجاع نظرة وسائل الإعلام للألتراس على هذا النحو، إلى "الفجوة الجلية" بين شباب "الألتراس" من ناحية والقائمين على الإعلام من جهة أخرى، خصوصاً في ظل فترات التغيير الاجتماعية السريع، كالذي تمر به مصر، فتنشأ معارضة من الأجيال الأكبر لأنماط سلوك الجيل الشاب المتحرر من القيود واتجاهاته، بالإضافة لإحساس هؤلاء الشباب بأنهم يمثلون مادة دسمة للإعلام يقات منها على حسابهم، دونما تدقيق أو تمحيص فيما يصل إليه من أخبار. وتمثل "المغرب" الحالة الوحيدة التي يحتفي الإعلام فيها بمجهودات "الألتراس"، وهو ما انعكس على التعامل الأمني معها.

أما عن علاقة جماهير "الألتراس" بالأجهزة الأمنية، فإن التوتر والمصادمات العنيفة هي السمة الغالبة في العالم أجمع، وهو ما يمكن تفسيره بنظرة رجال الأمن

لأنفسهم كمحتكرين للحشد والتنظيم، الأمر الذي يدفعهم للتضييق على تلك المجموعات والنظر إليهم كمنافس، بالإضافة للإجراءات الأمنية المشددة التي تتبعها تلك الأجهزة، لتنظيم دخول التشجيع داخل المدرجات وطرقه، الأمر الذي يرفضه أفراد مجموعات "الألتراس" الساعية للتحرر من القيود، والتي ترى في كرة القدم متنفساً ومجالاً لإخراج الطاقات الإبداعية، وتطوير فنون التشجيع.

وتظهر الخبرة العملية العلاقة الاطرادية بين مستوى العنف الموجه من الجماهير ضد الأمن، كلما زادت أنماط التدخل والتضييق الأمني على المشجعين، الأمر الذي دعا البعض إلى المناداة بمنح الجماهير حق التنظيم الذاتي، وفق ضوابط معينة، لتفادي الاحتكاك بقوات الأمن.

كما تنظر جماهير "الألتراس" لسياسات الكرة الحديثة بنوع من الرفض، لأسباب تتعلق بتحكم رأس المال في عملية انتقالات اللاعبين، وطفيان العوائد المالية على الانتماء للنادي، وهو ما يرتبط بالسياسات الإعلانية والإعلام.

إن الأعداء الثلاثة شكلوا محفزاً لخلق قدرات مؤثرة للألتراس على الحشد والتنظيم، وذلك في ظل هيكلها الشبكي المتحرر من القيود الهرمية المسيطرة على أنماط علاقات الأسرة، والمدرسة، ومؤسسات العمل.. الخ. وتعد الجزئية الخاصة بالقدرة على "الحشد" على وجه الخصوص مصدراً لتخوف القوى التي اشتهرت بتنظيمياً بها، وهما - في مصر بشكل أساسي - قوات الأمن، وجماعة الإخوان المسلمين.

وما يجعل "الألتراس" أكثر تنظيمياً هو قدرته على توفير تمويل مستقل ذاتي، إذ يعتبر الألتراس تلقي التمويل أو الدعم من إدارات الأندية أو جهات خارجية مجلباً للعار للمجموعة وسبباً لحلها، وعلى ذلك فإن مجموعات الألتراس تعتمد في تمويلها على اشتراكات أعضائها، وجاء هذا التوجيه لتدعيم استقلالية قرار المجموعة.

ورغم قدراتهم التنظيمية والتمويلية، فإن ثمة ملاحظة أساسية في سلوك الألتراس تجعل من الصعب تحولهم إلى العمل السياسي المنظم، وهي أنهم لا يرتبطون بحسابات سياسية معينة، وبالتالي فإن فكرة إقامة تحالفات على أسس أيديولوجية يعد أمراً مستبعداً، على الأقل في هذه الفترة، فإن الألتراس في مصر ارتبطت تحركاته بدوافع تبدو سامية، مثل القصاص لحقوق الشهداء، فالالاف أن تحرك الألتراس بشكل جماعي ورسمي يرتبط بأحداث مسّت المجموعة بشكل مباشر

(أحداث بورسعيد)، وهذا لا يعني مشاركتهم في أحداث أخرى، إلا أنهم لا يشاركون بصفتهن التنظيمية الرسمية وإنما كأفراد.

كما أن انخراط أفراد الألتراس في أعمال عنف، تنتقص من رصيدهم لدى رجل الشارع، وهو ما قد يرجع إلى ما يتمتع به الشباب من اندفاع، فضلاً عن الإحباط من غياب دولة القانون، ورغم أنهم يمتلكون تنظيمات غير رسمية، ويمارسون ضغطاً على السلطات لتحقيق تغييرات معينة، إلا أن تنظيمات الألتراس تعتمد على الهوية المشتركة للانتماء لنادٍ معين، وتدور نشاطاتهم حول ناديهن لا المجتمع.

إضافة إلى ذلك، فإن طبيعة روابط الألتراس هي عدم قبول المواءمات أو الحلول الوسط، والتمسك بالمبادئ بشكل حاد، وعليه فإن دخولها مضمار السياسة سيستلزم تغيير طبيعتها، وبالتالي انتماءها لعالم "الألتراس" بالشكل التقليدي.

وتتسم مجموعات الألتراس بعدد من السمات كالا سلطوية، والديناميكية، والمثالية المجردة، وتعتمد في تحقيق أهدافها وممارساتها على أساليب غير تقليدية ومتحررة من القيود الاجتماعية، تبدأ برفع اللافتات وتنفيذ الدخلات، مروراً باستخدام السباب خلال هتافاتهن، وصولاً لاستخدام العنف في حالات معينة.

وفي معرض الحديث عن استراتيجيات التعامل مع "الألتراس"، دائماً ما يردد أفراد تلك المجموعات أنهم "بشر"، إذ لدى فرد "الألتراس" دائماً إحساس بالاضطهاد، وأن هناك من يتربص به، يدفعه لتبني سلوك أكثر يمينية وتشدداً، ولعل ذلك يفسر ما يقوله أحد أعضاء الألتراس في مصر، في إشارة إلى العداء مع وزارة الداخلية وأحداث بورسعيد في مصر: "كيف أتصالح مع من أغلق أبواب الإستاد على إخوتي، وتركهم يموتون دون أن يحرك ساكناً؟"

وتظهر الخبرة العملية أن التشدد والتعامل العنيف مع شباب تلك المجموعات لا يولد إلا عنفاً مضاداً، لأسباب تتعلق بطبيعة سلوك الشباب، وما يتعرض له من ضغوط، فضلاً عن الخريطة الاجتماعية لشباب "الألتراس"، التي تركز على الطبقة المتوسطة وما دون المتوسطة، والأخيرة غالباً لا تملك ما تخسره، كما أن اتخاذ إجراءات متشددة بشأن التشجيع في الملاعب أو منع روابط المشجعين من حضور المباريات، لا يقدم حلاً للمشكلة؛ إذ ينتقل العنف مصحوباً بالسخط إلى خارج الملاعب.

ويظل من المفيد تعديل المنظور الذي تستخدمه السلطة، بل والأكاديميون، في

الدراسة والتعامل مع مجموعات "الألتراس"، باعتبارهم شباباً يمتلكون طاقات إبداعية تظهر في نشاطاتهم التشجيعية، كتأليف الأغاني، وتصميم الدخلات والقدرة على الحشد والتنظيم، ويمكن احتواؤهم بشكل يعود بالنفع على اللعبة والمجتمع، وليس النظر لهم كمفوضيين.

لقد انتقد البعض "الألتراس"، وفيما نافقهم آخرون، أملاً في كسب دعمهم، بعد أن تحول الألتراس إلى قوة على الأرض، ونجاح أعداء الثورة في تفرقة الباقين في أحزاب وتكتلات وتيارات تختلف أيديولوجياً وفكرياً وأحياناً مذهبياً.